

## Löpningens masstävlingar

– en del av den växande sportturismen

Motionsidrotten har sin bas hos alla människor som i grupp eller enskilt ägnar sig åt löpning, längdskidåkning, cykel, simning mm för att hålla sig i god form. Som en förädling av detta intresse har det runt om i världen uppstått många masstävlingar. Dessa tävlingar motiverar sportutövarna att hålla igång med sin träning samtidigt som dessa evenemang i sig blir lockande besöksmål, där man kan se elitidrottare och spektakulärt stora startfält. För många deltagare innebär dessa tävlingar ett resande som innefattar en eller flera övernattnings, dvs turism. Alltså, vi finner här exempel på det som kallas sportturism, en hybrid av sport och turism.

Sport och turism är många gånger överlappande fenomen och därmed också varandras förutsättningar. Sportturism kan definieras som turistresor som innefattar någon form av sportaktivitet. Turisten är då antingen en åskådare av ett sportevenemang eller själv en aktiv utövare. Sportturism kan begreppsmässigt innefatta många olika kategorier, förutom indelningen i aktiva och passiva (åskådare) kan man relatera till det kontinuum som finns mellan elit och den tillfällige utövaren. Ytterligare en dimension är om sportaktiviteten utgör det primära motivet för resan eller om det ingår som en sekundär aktivitet (Hinch & Higham 2004).

I denna artikel vill jag beskriva motions-

idrottens och masstävlingarnas relevans inom sportturismen med utgångspunkt i löparsportens masstävlingar

### **Motionsidrotten och dess drivkrafter**

Om vi på ett allmänt plan betraktar motionsidrott och fysisk träning av olika slag kan vi konstatera att de onekligen utgör betydelsefulla inslag i dagens samhälle. I Riksidrottsförbundets och SCBs undersökningar om svenska folkets tävlings- och motionsvanor framgår att motionerandet under det senaste decenniet har ökat. År 1998 uppgav 37 procent av befolkningen att de motionerade mer än två gånger per vecka. År 2008 uppgick motsvarande andel till 46 procent. Andelen som uppgivit att de aldrig motionerar har under samma tidsperiod minskat från 13 till 10 procent. Gång och promenader (se tabell 1) utgör idag den i särklass största motionsformen om man ser till antalet utövare, styrke träning ligger på en andra plats med sina nästan 1,5 miljoner utövare och har därmed under de senaste åren i antal passerat, löpning, gympa, cykling och simning (Riksidrottsförbundet 2011).

Det ökande inslaget av fysisk aktivitet under fritiden kan förklaras utifrån en rad aspekter: Det tillrättalagda samhället och mindre fysiskt ansträngande arbetsliv skapar en efterfrågan på fysisk aktivitet som

Tabell 1. De största motionsaktiviteterna i Sverige, i åldern 7–70, år 2008. (Motionsaktivitet, minst en gång i månaden.) Källa: Riksidrottsförbundet (2011).

	Antal	andel
Gång-promenader	3 945 000	53,3
Styrketräning	1 493 000	20,2
Löpning-joggning	1 397 000	18,9
Gympa	1 293 000	17,5
Cykel, mountainbike	1 124 000	15,2
Simning	712 000	9,6
Power walk	648 000	8,7

en kompensation till det mer stillasittande arbets- och vardagslivet; välfärdsförbättringar skapar samtidigt utrymme för fritidsaktiviteter; fokusering kring hälsa och välbefinnande har ökat; samt ett psykosocialt tryck på självförverkligande och det ”personliga projektet” är några förklaringar till det ökande motionerandet (Engström 1999).

Livet kan betraktas som en *container*, vilken människan ska fylla med innehåll och mening. I detta sammanhang kan arbetslivet och den professionella karriären visa sig spela en underordnad roll. Det personliga projektet är snarare något som utformas under fritiden. Sport och idrott kan då utgöra viktiga komponenter som framhävare av människors personlighet (Nilsson 2000). Engström (1999) menar att sport och idrott fungerar som en social markör, relaterat till utbildningsnivå och inkomstnivå. Högskoleutbildade människor med hög inkomst motionerar mer än människor med låg inkomst och de med enbart grundskoleutbildning.

Det finns också tendenser till att idrott och motion numera omfattas av en högre

grad av specialisering och individualisering än tidigare. Sportdiscipliner som bäst förmår möta efterfrågan på sådant som snabbt kan ”konsumeras” såsom snowboard, bergsklättring och mountain biking, tenderar vara de som utvecklas positivt. På motsatt sätt tenderar de sporter som kräver stora investeringar i termer av resande och kunskap om naturliga förhållanden, att stagnera och även minska i popularitet (Bourdeau *et al* 2004). Löpning är måhända en sportdisciplin som gynnas av dessa tendenser.

### Sportturism – ett strategiskt perspektiv

Sportturism är intressant i ett turiststrategiskt perspektiv. Kunskap om de marknadssegment som just aktiva sportdeltagare utgör är viktigt av olika skäl.

Olika sporter förutsätter olika typer av naturliga eller skapade miljöer och tillgångar. Uppenbart är att skidsporten förutsätter tillgång till snö och viss typ av terräng, beroende på om det rör sig om utförsåkning eller längdåkning. De riktigt stora maraton- och halvmaratonloppen har som regel en bansträckning genom storstäders centrala delar.

En vanlig egenskap hos turismen är dess säsongsmässiga variation. Säsongsförlängning eller utjämning av säsongsvariationen är ofta något som ur inkomst- och sysselsättnings synpunkt eftersträvas. Sportutövaren där sporten ifråga utgör det primära motivet för resan verkar vara mindre bunden till den säsongsvariation som vanligtvis finns inom turismen (Hinch & Higham 2004). Att inkludera en sportturistisk produkt på en turistort kan alltså vara ett sätt att balansera säsongsvariationer.

Hängivna sportutövare är många gånger trogna de destinationer som de besöker. Därtill är aktiva sportutövare i stor utsträckning ekonomiskt välbeställda och kan också förväntas ägna sig åt sportturism under lång tid, även långt in i pensionsåldern. Det har även visat sig att hängivna sportutövare, i jämförelse med de mindre hängivna, efterfrågar mer detaljerad information om tävlingsarrangemanget och de faciliteter som finns på destinationen (McGehee *et al* 2003).

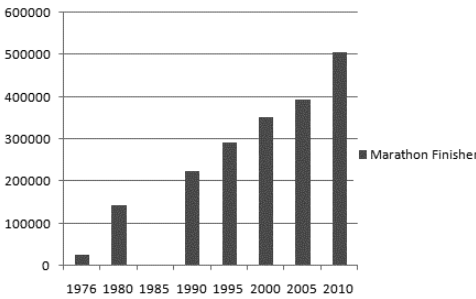
Sportturismen kan även bidra till övrig turism. Här kan också synergier uppstå genom den image som sportevenemanget har och den image som är förknippad med destinationen, som verkar ömsesidigt stödande (Kaplandidou & Vogt 2007). Genom att åstadkomma en *image fit*, dvs medvetet försöka anpassa och förena sportevenemangsimagen med destinationsimagen, stimuleras återbesök. Ett sportevenemang kan i marknadsföringen exempelvis kopplas till ett landmärke eller annan attraktion på destinationen, för att förstärka banden mellan sporten och destinationen (Hallman & Breuer 2010). I detta sammanhang kan man möjligtvis koppla löpning till ett moderniserat landskapsbegrepp som relaterar landskapet (*landscape*) till ett meningsbärande innehåll. En plats eller ett landskap som praktiskt och mentalt konstituerats av upplevelser och erfarenheter av en globaliserad kulturyttring (Hinch & Higham 2004; Winchester *et al* 2003), såsom ett stort internationellt maratonlopp i storstadsmiljö, blir ett *sportscape*, eller kanske ett *runscape*.

## Löparvågen

Intresset för löpning och joggning fick ett stort genombrott på 1970-talet. Denna löparrevolution började i USA redan un-

der det sena 1960-talet för att definitivt slå igenom på 1970-talet. OS-löparen och löparkonsulten Jeff Galloway har i storsäljande böcker som *Galloway's Book on Running* och *Marathon, You can do it!* försökt förklara den löparrevolution som uppstod i USA under tidigt 1970-tal. Enligt Galloway kan man koppla löparvågen till ett antal nyckelpersoner. Galloway nämner löparna och tränarna Arthur Lydiard från Nya Zeeland och Bill Bowerman från USA som förespråkade en lugn och långsam träningsmetod, jogging. Bowerman skrev också tillsammans med kardiologen Waldo Harris den banbrytande boken *Jogging* (1966). En annan banbrytande bok *Aerobics* av Kenneth H Cooper, kom ut 1968. Några framgångsrika amerikanska långdistanslöpare, Amby Burfoot (segrare i Boston Marathon 1968), Frank Shorter (segrade i maraton i OS i Munchen 1972), Bill Rodgers (segrare i Boston Marathon och New York Marathon fyra gånger i vardera lopp) och Joanie Benoit (segrare i OS maraton i Los Angeles 1984) har inspirerat många motionslöpare i USA. Galloway påpekar att dessa nämnda löpare tydliggjorde för amerikanerna att även långdistanslöpare från USA kan bli framgångsrika. De var nyckelpersoner vid rätt tidpunkt som utgjorde förebilder och motiverade vanliga amerikaner att börja springa. Därtill kan löparvågen kopplas till den växande insikten att fysisk aktivitet är ett sätt att förbättra välbefinnande och hälsa i en tid då stillasittande liv och överviktsproblem blev mer allmänt förekommande (Galloway 2001).

Enligt *Running USA* har antalet fullföljande löpare i amerikanska maratonlopp ökat stadigt från 1970-talet fram till



Figur 1. Estimerat antal fullföljande löpare i maratonlopp i USA. Källa: Running USA (2011).

idag. Man har uppskattat att 25 000 löpare fullföljde ett maratonlopp i USA år 1976. År 2010 sattes nytt deltagarrekord med 507 000 fullföljande (figur 1).

I Sverige kom joggingen och upptakten till den svenska löparvågen, till del att personifieras av TV-profilen Bengt Bedrup som under paroller som *lunka lagom* och *spola kröken*, propagerade för fysisk aktivitet. Motion i lagom dos utan slit och plåga parat med andra sunda levnadsvanor skulle bidra till den egna kroppens fysiska reovering. Belöningen är att både kroppen och själen får positiv stimulans. Joggingen bidrar därmed till att människor bättre klarar av sin stressade livssituation (Bedrup 1979).

Socialpsykologen Johan Asplund (1979) kopplar den amerikanska löparvågen till framväxten av det postindustriella samhället och den parallellt framvuxna fritidsförlängningen. Asplund skriver ”Medan det postindustriella samhällets teoretiker spekulerade över ett kommande fritidsproblem, löste miljoner amerikaner sitt aktuella fritidsproblem genom att ta till benen” (1979:20). Löparvågen inne-

bar enligt Asplund ett övergivande av den dittillsvarande hedonistiska medelklasskulturen och istället ett anammande av en icke-hedonistisk kulturyttring som tog fasta på stickord som anspänning, ensamhet, utsatthet, påfrestningar, obehag och egensinne. Därmed blev löparvågen en uppgörelse med, och motangrepp på den ständigt ökande bekvämligheten i samhället.

Asplunds omdöme om löpning må ha ägt viss giltigt då det skrevs i slutet av 1970-talet. På senare tid framhålls däremot att en annan attityd till löpning har infunnit sig. Människor som tränar för maratonlopp gör det idag i mindre grad genom hård träning med strävan efter personliga rekord, och i högre grad för att fullborda ett maraton för att det är kul. Många presterade bättre tider förr. Detta gäller på alla ambitionsnivåer. Även på elitnivån har tiderna stagnerat och kanske till och med försämrats något (Galloway 2001). Denna tendens märks också i Stockholm Marathon där löparna på senare tid inte springer lika snabbt som under 1980-talet (Appelblad 2010). Men man kan däremot, sett till antalet deltagare, iaktta en andra pågående löparrevolution. Fler än någonsin tidigare deltar i maratonlopp, något som accentuerats under de senaste åren (figur 1).

Än mer påtaglig blir ökningstakten om man studerar deltagarutvecklingen av halvmaratonloppen. I USA har deltagandet mer än fördubblats under det senaste decenniet. Till det finns det många olika förklaringar, högre kvalitet på tävlingsarrangemang med många spektakulära och roliga inslag, maratonlöpare som tränar för den fulla längden eller de som – en gång i

livet – genomfört ett maratonlopp, finner den halva distansen lämplig. Dessutom är det kvinnliga inslaget påtagligt, 2009 var 57 procent av deltagarna kvinnor (Running USA 2011).

## De stora långdistansloppens utveckling

De stora maratonloppen runt om i världens storstäder som Boston (som för första gången arrangerades år 1897), New York (1970), Honolulu (1973), Berlin (1974), Chicago och Paris (1976), Stockholm och Tokyo (1979), London, Moskva och Peking (1981), Aten (1982) och Prag (1995) är några av de påtagliga uttryck för löpningen som en breddidrott. Tillkomståren för de stora maratonloppen antyder hur löparintresset genomgått en världsomfattande spridningsprocess med USA som bas. Inte minst kring år 1980 etablerades många lopp.

De stora maratonloppen har idag tusentals deltagande löpare och hundratusentals åskådare, där bansträckningen återfinns i städernas centrala och sceniska delar för att därmed förstärka den turistiska komponenten. De stora stadsloppen är idag mediala händelser och mycket publikdragande arrangemang som bokstavligen ockuperar de delar av staden där banan dragits.

Att det numera också handlar om starka ekonomiska intressen indikeras av att stora företag köper in sig i loppens namn. Således har de officiella namnen på senare tid kompletterats med namnet på titelsponsorn, exempelvis, ING New York City Marathon, Bank of America Chicago Marathon, BMW Berlin Marathon, ASICS Stockholm Marathon, Volkswagen Prague Marathon och Virgin London Marathon.

Det mest klassiska, om än inte det äldsta, av de stora stadsmaratonloppen torde vara New York City Marathon (figur 2) som för första gången genomfördes 1970. Innan maratonloppet i New York startade, var maratonlöpning bara blygsamma företeelser som enbart lockade några få tävlingslöpare och motionärer som intresserade sig för uthållighetens gränser.

Löparklubben New York Road Runners och tävlingsledaren Fred Lebow är arkitekterna till konceptet med stora spektakulära stadslopp. New York City Marathon blev en förebild för de andra loppen. Det första loppet var dock en ganska anspråkslös tilldragelse med 127 anmälda och 55 fullföljande löpare, som sprang längs en flervarvsbana inne i Central Park på Manhattan. Sex år senare fick loppet karaktären av stadslopp med sin nya och nuvarande sträckning genom stadsdelarna Staten Island, Brooklyn, Queens, Bronx och Manhattan. Över 2 000 löpare startade 1976. Två år senare deltog mer än 9 000 löpare vilket var samma år som Grete Waitz från Norge satte nytt världsrekord för damer med sin sluttid 2:32:30.

New York City Marathon har fortsatt att växa, år 2010 fullföljde 44 977 personer loppet, som härmed befäster sin ställning som världens största maratonlopp (New York City Marathon 2011).

I Sverige kan Stockholm Marathon betraktas som ett av landets flaggskepp inom löpartävlingar, men även Göteborgsvarvet och Lidingöloppet är stora. Premiären för Stockholm Marathon 1979 samlade nära 2 000 löpare och 100 000 åskådare kantade banan. Därefter växte loppet snabbt för att redan 1984 komma upp i över 10 000 fullföljande löpare i mål. Sedan 1988 följde



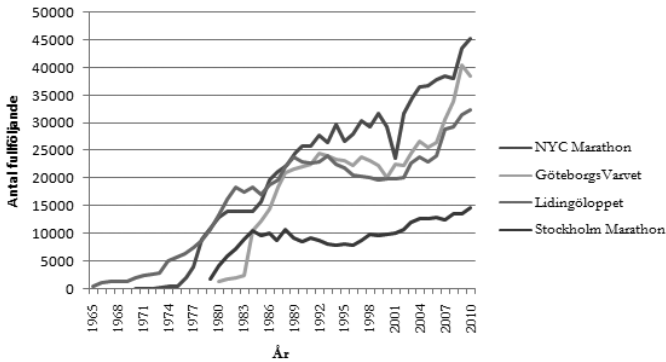
Figur 2. Ett urbant "sportscape" – ett exempel på en imagehybrid av sport och destination, New York City Marathon. Foto och källa: *Alsandro, NYC Marathon in 2007, Upper East Side segment, Wikimedia Commons 2011.*

dock en något vikande trend ända fram till 1996 med 10 446 anmälda och 7 829 i mål. Året därpå vände utvecklingen och man har in på 2000-talet kommit upp i och även passerat de deltagarnivåer loppet hade under 1980-talet. 2010 års Stockholm Marathon slog nytt deltagarrekord med 14 715 fullföljande löpare. Arrangörerna erbjuder träning i grupp via Team Stockholm Marathon samt internetbaserade träningsprogram för olika ambitionsnivåer och även farthållare under själva loppet (Stockholm Marathon 2011).

Göteborgsvarvet har vuxit upp till att bli världens största halvmaratonlopp. Loppet genomfördes för första gången 1980, med 1 800 startande löpare. Därefter har det kontinuerligt vuxit till att år 2009 passera 40 000 fullföljande. Det är

en nivå för halvmaratonlopp som endast överträffats en gång, nämligen vid premiären av Broloppet, det dansk-svenska loppet över Öresundsbron som då år 2000 lockade nära 80 000 löpare. Förutom huvudtävlingen finns ett antal kortare lopp för barn och ungdomar, liksom speciella seedningslopp för just Göteborgsvarvet. Därtill erbjuds, som ett intressant sätt att vidga den tidsmässiga involveringen, löparkvällar på 13 orter i Göteborgsvarvets regi. Senaste åren har dessa kvällar varit mycket välbesökta – upp till 300 löpare per tillfälle som mest. Dessa träningsorter ligger huvudsakligen i västra Götaland, men ny ort från våren 2011 är Umeå (Göteborgsvarvet 2011).

Lidingöloppet startade 1965 och är se-



Figur 3. Antal fullföljande löpare i huvudtävlingen för Göteborgsvarvet, Lidingöloppet, New York City Marathon och Stockholm Marathon, respektive startår fram till 2010. Diagrammet är baserat på bearbetade uppgifter från Göteborgsvarvet 2011, Lidingöloppet 2011, New York City Marathon 2011 och Stockholm Marathon 2011.

dermera noterat i Guinness Rekordbok som världens största terränglopp. I första loppet fullföljde 512 löpare. Det stora språnget i deltagarutveckling togs under senare delen av 1970-talet och tidigt 1980-tal där man nådde upp i deltagarnivåer kring 20 000 löpare. Även Lidingöloppet har breddat sitt arrangemang med kortare sträckor, damklasser samt barn och ungdomsklasser (Lidingöloppet 2011).

Studerar man deltagarstatistiken för dessa tävlingar framgår tydligt den kraftiga ökningen i slutet av 1970-talet och början av 1980-talet (figur 3). 1990-talets avmattning och den återhämtning och nya uppgång som sker från millennieskiftet och framåt är också urskiljbara. Det kan påpekas att samtliga lopp har anmälnings-tak, som förvisso successivt justerats upp genom åren. Vid sidan om huvudarrangemanget finns även sidotävlingar, dvs varianter med kortare sträckor.

En intressant utveckling är de steg som

tas av arrangörerna för att öka löparnas in-volvering i loppet. Här kan man, om man så vill, se en sorts parallellitet till den äldre industrins produktionsstrategi, *vertikal integration*. Kontroll av produktionen från råvara till färdig produkt, eller, kontroll av sportturisten, från otränad löpare till startklar maratonlöpare, som därtill kan "led-sagas" till målet av, utifrån ambitionsnivå, lämplig farthållare.

## Slutsatser

De stora masstävlingarna inom löpning utgör tydliga sportturistiska produkter och har i takt med utvecklingen blivit allt mer självmedvetna om sin status och image. Den positiva deltagarutvecklingen håller i sig sedan löparrevolution på 1970-talet och har också förstärks under de senaste åren. Det är sannolikt att motionsidrottens allmänna utveckling och de stora masstävlingarnas deltagarutveckling i hög grad har

att göra med den turistiska komponenten som tydligt är integrerad i dessa stora evenemang. Hur den framtida utvecklingen av motionsidrott och masstävlingar gestaltar sig torde också fortsättningsvis bero på hur väl man lyckas med de turistiska strategiarbetena och imageskapandet runt dessa tävlingar. Kan loppet fortsätta att möta löparnas efterfrågan av attraktiva tävlingsarrangemang, upplevelser och tilltalande miljö? De sportturiststrategiska framtidslösningarna kanske kommer att innefatta ytterligare service i form av egna hotellrörelser; som exempelvis Göteborgsvarvets förslag, den 1 april i år, att bygga ett 110 meter högt löparhotell i Slottsskogen, alldeles vid startplatsen!

## Referenser

- Appelblad, H (2010) Löparvågen och dess västerbottniska exponent Vindelälvsloppet, i *Idrott Historia & Samhälle. Svenska idrottshistoriska föreningens årskrift 2010*, GIH, Stockholm.
- Asplund, J (1979) *Teorier om framtiden*, Liber, Stockholm.
- Bedrup, B (1979) *Lunka lagom. Motionera med Bengt Bedrup*, Raben & Sjögren, Lund.
- Bourdeau, P; J Corneloup & P Mao (2004) Adventure sports and tourism in the French mountains: dynamics of change and challenges for sustainable development, sid 111–126 i B W Ritchie & D Adair (red) *Sport tourism: interrelationship, impacts and issues*, Channel View Publications, Clevedon.
- Engström, L-M (1999) *Idrott som social markör*, HLS Förlag, Stockholm.
- Galloway, J (2001) *Marathon: you can do it!* Shelter Publications, Bolinas, California.
- Göteborgsvarvet (2011) [www.goteborgsvarvet.com](http://www.goteborgsvarvet.com) (senast besökt 15 april 2011)
- Hallmann, K & C Breuer (2010) Image fit between sport events and their hosting destinations from an active sport tourist perspective and its impact on future behaviour, *Journal of Sport & Tourism* 15(3): 215–237.
- Hinch, T. & J Higham (2004) *Sport tourism development*, Channel View Publications, Clevedon.
- Kaplanidou, K & C Vogt (2007) The interrelationship between sport event and destination image and sport tourists' behaviours, *Journal of Sport & Tourism* 12 (3-4): 183–206.
- Lidingöloppet (2011) [www.lidingoloppet.se](http://www.lidingoloppet.se) (senast besökt 15 april 2011)
- New York City Marathon (2011): [www.nycmarathon.org](http://www.nycmarathon.org) (senast besökt 15 april 2011)
- Nilsson, P (2000) Idrott och modernisering. Från kollektiv dygd och skötsamhet till ungdomskultur och individuella projekt, i L Berggren (red) *Fritidskulturer*, Studentlitteratur, Lund.
- McGehee, N; Y Yoon & D Cárdenas (2003) Involvement and travel for recreational runners in North Carolina, *Journal of Sport Management* 17: 305–324.
- Riksidrottsförbundet (2011) Svenska folkets tävlings- och motionsvanor, [www.rf.se](http://www.rf.se) (senast besökt 15 april 2011)
- Running USA (2011) [www.runningusa.org](http://www.runningusa.org) (senast besökt 15 april 2011)
- Stockholm Marathon (2011) [www.stockholm-marathon.se](http://www.stockholm-marathon.se) (senast besökt 15 april 2011)
- Wikimedia Commons (2011) [http://commons.wikimedia.org/wiki/File:NYC\\_Marathon\\_2007.JPG](http://commons.wikimedia.org/wiki/File:NYC_Marathon_2007.JPG) (senast besökt 15 april 2011)
- Winchester, H; L Kong & K Dunn (2003) *Landscapes: ways of imagining the world*, Pearson Education, Harlow.

*Håkan Appelblad är forskare och lektor vid  
Kulturgeografiska institutionen, Umeå universitet.  
Mejl: hakan.appelblad@geography.umu.se*