

982451

982824

BCR3100

Bacheloroppgave

**Treningsmotivasjon hos Oslo-studenter**

Markedshøyskolen

VÅR 2014

Denne bacheloroppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Markedshøyskolen. Markedshøyskolen er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger.

## **Sammendrag**

Oppgaven er gjort med bakgrunn i vår personlige interesse for hva som gjør at noen mennesker lykkes godt med trening mens andre føler de ikke får inn gode rutiner på det, når de har samme utgangspunkt. Problemstillingen tar for seg hva som motiverer Oslo-studenter til å trene, og i tillegg hvordan treningsstudioer kan benytte seg av denne informasjonen for å utvikle markedsstrategier som baserer seg på funnene.

Motivasjonsteori og holdningsteori danner det teoretiske grunnlaget for oppgaven. De innsamlede dataene viser at Oslo-studentenes motivasjon for å trene i stor grad baserer seg på indre motivasjon, der helse og mestringsfølelse trekkes ut som fokusområder. Holdningene til trening er i hovedsak positive og lystbetonte, noe som skinner gjennom i de nevnte motivasjonsfaktorene.

Med en hypotese om at motivasjonen i stor grad skulle være basert på ytre motivasjon, motbeviste funnene dette, i tillegg til at funnene bekrefter teoriene benyttet i oppgaven.

Forbrukernes kognitive prosesser blir avdekket via dybdeintervjuer, som stiller spørsmål som oppfordrer til refleksjon over egen atferd, og bakgrunnen for denne. Videre har en kvantitativ undersøkelse bekreftet at dataene fra den kvalitative delen er reliable, ved at majoriteten av svarene til hva som motiverer studentene til å trene, ligger i indre motivasjon. De samme motivasjonsfaktorene gikk igjen i begge undersøkelsene, og disse ble også oppgitt å være motivasjonsfaktorer hos kundene til et par personlige trenere som har flere Oslo-studenter på kundelisten sin.

Ved å fokusere markedsstrategiene sine på de langsiktige helsefordelene, samtidig som den dag-til-dag-baserte mestringsfølelsen en kan få av trening, vil treningsstudioene kunne lage kampanjer og tiltak som treffer både den følelsesmessige, den intensjonsbaserte og den kunnskapsrette delen som til sammen utgjør hvilken holdning målgruppen har til trening.

## **Forord**

Vi vil takke respondentene som har tatt seg tid til å delta i dybdeintervju, åpnet seg opp for oss og reflektert over sin egen bakgrunn for motivasjon. Respondentene på den kvantitative undersøkelsen og personlige trenere ved treningsstudioer i Oslo takker vi for de har hjulpet oss med et sammenligningsgrunnlag, og innsikt i treningsmarkedet i Oslo. Dette er grunnlaget for hele vår oppgave og respondentene har vært vår viktigste kilde. Videre vil vi takke vår veileder Stein Atle Juvik som har kommet med gode råd, veiledning og alltid har vært tilgjengelig underveis i prosessen.

Oppgaven har blitt utviklet med bakgrunn i vår interesse for hva som utgjør forskjellene mellom personers motivasjon for trening. Hvordan kan det ha seg at mennesker med likt utgangspunkt til å få på plass gode treningsrutiner kan ende opp med så forskjellige resultater og vaner? Til eksempel kan vi bruke oss selv, to personer med likt utgangspunkt når det gjelder trening. Den ene har oppnådd et høyt reflektert og bevisst forhold til trening mens den andre ikke helt klarer å finne motivasjonen til å bygge vaner som holder på sikt. Vi ønsket å finne ut av om det er noen forskjeller i hva som motiverer andre i vår livssituasjon, altså Oslo-studenter, til å trene, og hvilke motivasjonsfaktorer som viser seg å være gjeldende for de som trener flere ganger i uken. Dette for å lære av det selv, og kunne vise treningsstudioer hva markedsstrategier bør bygges på for å trigge flere til slik handling.

## Innholdsfortegnelse

<b>1.0</b>	<b>Introduksjon</b>	<b>6</b>
1.1	Struktur på oppgaven	6
1.2	Problemstilling	7
1.3	Hensikten med oppgaven	9
1.4	Valg av teori	9
1.5	Valg av metode	10
1.6	Hypotese	11
<b>2.0</b>	<b>Teori</b>	<b>12</b>
2.1	Motivasjon	12
2.1.1	Motivasjonsprosessen	12
2.2	Holdning	13
2.2.1	Trekomponentmodellen	14
2.2.2	TRA-modellen	16
<b>3.0</b>	<b>Metode</b>	<b>17</b>
3.1	Datainnsamlingsmetode	17
3.2	Utvalgsstrategi	18
3.3	Kultur	18
3.3.1	Påvirkningsfaktorer	20
3.3.2	Det sosiale rommet	21
3.3.3	Identitet og sosial tilhørighet	21
3.4	Utvikling av forskningsdesign	22
3.5	Relabilitet og validitet	23
3.6	Intervjuguide	24
3.7	Gjennomføring av intervjuer	25
3.8	Spørreundersøkelse	26
3.9	Tolkning	27
<b>4.0</b>	<b>Analyse</b>	<b>27</b>
4.1	Tolkning av resultater fra dybdeintervjuer	27
4.2	Tolkning av resultater fra spørreundersøkelse	31
4.3	Resultater totalt, i sammenheng med teori	33
4.5	Idéer for markedsstrategier	35
<b>5.0</b>	<b>Konklusjon</b>	<b>39</b>
<b>6.0</b>	<b>Epilog</b>	<b>39</b>
6.1	veien videre	39
6.2	Hva vi kunne gjort annerledes	40
<b>7.0</b>	<b>Litteraturliste</b>	<b>43</b>

## **Vedlegg**

Vedlegg 1: Motivasjonsprosessen

Vedlegg 2: Intervjuguide

Vedlegg 3: Intervju 1

Vedlegg 4: Intervju 2

Vedlegg 5: Intervju 3

Vedlegg 6: Intervju 4

Vedlegg 7: Intervju 5

Vedlegg 8: Intervju 6

Vedlegg 9: Spørreundersøkelse 0-2 økter i uken

Vedlegg 10: Spørreundersøkelse 3-4 økter i uken

Vedlegg 11: Spørreundersøkelse 5-7 økter i uken

## **Figurer**

2.1 Trekomponentmodellen

2.2 TRA-modellen

## **1.0 Introduksjon**

Oppgaven har som hovedformål å avdekke den kognitive prosessen som foregår hos forbrukerne når de danner seg treningsrutiner, med bakgrunn i hva som motiverer dem for å trene i utgangspunktet. Her er det mange elementer som påvirker avgjørelsen til forbrukeren og vi vil undersøke hva disse er. Et utgangspunkt er at for å starte med aktiv trening må man ha positive holdninger til selve treningen og man må være motiverte for å utføre handlingen. Her ligger vårt hovedfokus og kjerneteorien i oppgaven. Hva som motiverer et menneske til å trene, og hvordan holdningene skapes, kan gi nyttig informasjon til treningsstudioene, samtidig som det også kan videreføres til andre aspekter innenfor markedsføring. En innfallsvinkel vi finner interessant tar utgangspunkt i vår hypotese som innebærer at det finnes mange grunner til hvorfor personer trener, og at om det er indre eller ytre motivasjon som spiller en rolle på hvor ofte personene trener. Grunnene til at man trener kan være flere; for eksempel kan det gi en følelse av sosial annerkjennelse, og et inntrykk av at man er opptatt av helse. Andre kan oppnå en tilstand lignende selvrealisering, gjennom treningen, mens det for noen kan dreie seg om kroppsfokus og opplevd press fra samfunnet. Dette er våre tanker rundt hvorfor mange velger å trene. Vi ønsker å avdekke hvordan holdningene til trening er, og dermed også hvilken motivasjon som ligger til grunn, for at målgruppen trener.

### **1.1 Struktur på oppgaven**

Oppgaven deles inn i fem deler: introduksjon, teori, datainnsamling, analyse og konklusjon. Introduksjonen gir en begrunnelse i valg av tema, forklart både med et akademisk perspektiv og med fokus på personlig interesse. I arbeidet med dette kommer problemstillingen og en detaljert beskrivelse av elementene denne inneholder. Hensikten med oppgaven avdekkes for å vise den praktiske nytteverdien av oppgaven. Valg av teori, metode og rekrutteringsstrategi gir en forståelse av det videre arbeidet. I delen teori blir relevant teori gjennomgått for å legge et grunnlag for valget av metode, og for å gjøre at dataene kan settes i system. Holdning og motivasjon er kjerneteorien i oppgaven og disse vil bli forklart ytterligere, og satt opp mot problemstillingen. Av modeller vil strukturen innebære en hovedmodell innenfor

motivasjonsteori, som blir benyttet gjennom oppgaven. Andre modeller vil være et utgangspunkt for å belyse andre områder av problemstillingen, i tillegg til at disse kan knyttes opp til hvorfor motivasjonsteorien er som den er. I datainnsamlingen spesifiseres rekrutteringsstrategien av respondentene, intervjuguiden blir utdypet og de endelige intervjuene blir gjennomgått. Resultatene her vil bli tolket og satt opp mot relevant teori. Konklusjonen gir de konkrete resultatene i tolkningen av resultatene som kom frem i intervjuene. Ut i fra dette vil markedsstrategi med konkrete strategiske tiltak bli presentert for å gi størst mulig nytteverdi.

## 1.2 Problemstilling

Problemstillingen er ”Hva motiverer Oslo-studenter til å trene, og hvordan kan treningsstudioer benytte seg av denne informasjonen for å utvikle effektive markedsstrategier?”

- Baserer motivasjonen seg på indre eller ytre faktorer?
- Hva er studentenes holdning til trening?
- Hvordan kan treningsstudioene benytte seg av dette for videre markedsstrategier?

Temaene i problemstillingen engasjerer oss både akademisk og personlig, og dette er hovedforklaringen på hvor motivasjonen til denne oppgaven kommer fra.

Det er kjent at flere treningsstudioer har et fokus på studenter for eksempel ved at de har studentrabatter. Vi vil undersøke om en annen strategi med mer fokus på hva som motiverer studenter kan være interessant. I utarbeidelse av denne oppgaven brukes ikke noe spesielt treningsstudio som arbeidsgiver fordi vi ønsker å finne ut av hva som motiverer forbrukerne til trening og dette står uavhengig av hvilken treningskjede det er snakk om. Vi ønsker å komme inn på kjernen av hva som motiverer mennesker og hvordan målgruppens holdning til trening er. Resultatene vil bli fremlagt slik at de kan hjelpe alle treningsstudioer i deres forståelse av det valgte segmentet. Konkrete resultater vil bli vist gjennom forslag til markedsstiltak rettet mot studenter. Denne informasjonen kan være verdifull fordi den forteller om hvordan man kan jobbe målrettet mot en konkret kundegruppe. Dersom dette lykkes kan det gi en økning i antall medlemmer som igjen fører til en økning i bedriftens fortjeneste.

En forutsetning for oppgaven er at treningsstudioene omtalt har en målsetting om å få flere aktive medlemmer innen målgruppen. Treningsstudioet ser vi på som en aktør som ønsker å endre folks holdninger til trening og å øke deres motivasjon, som igjen kan bidra til økt velvære hos den enkelte. Fordi resultatene avdekket i denne oppgaven skal gi konkrete markedstiltak for bedriften er det viktig at dette utgangspunktet blir tatt i betraktning. Resultatene vil ha en nytteverdi for flere treningsstudioer.

Kjerneteorien og hovedfokuset i oppgaven ligger derfor her, innenfor holdninger og motivasjon, fordi et poeng er å avdekke informasjon som kan bedre målgruppen; Oslo-studenter, sine holdninger og motivere dem til å trene. Dersom treningsstudioer skal klare å aktivere studenter kan en holdningsendring hos flere være nødvendig, ettersom det kan tenkes at dårlig holdning kombinert med lav motivasjon kan være en grunn til mangel på trening. En forutsetning er som nevnt at treningsstudioer ønsker å gjennomføre tiltak for å aktivere studenter, for å øke det økonomiske sluttresultatet. Hvert enkelt treningsstudio bør ved implementering av forslagene fremført i denne oppgaven gjøre videre undersøkelser for å bekrefte lønnsomheten av dette.

Problemstillingen er avgrenset til studenter, av flere grunner. Personlig sett er dette gruppen vi kan identifisere oss med, som vil gjøre arbeidet mer detaljert, og forutsetninger kan bli tatt basert på egne erfaringer og inntrykk. Økonomisk sett er det rent praktisk tidspunkter på dagen hvor det er større trykk på aktiviteten i treningsstudioene. Etter klokken fire er det mange mennesker som trener fordi det er da majoriteten av de med fulltidsjobb er ferdige for dagen, og har muligheten til å trene. Som studenter vet vi at de har en mer variert timeplan, med mange timer på dagsagendaen hvor det er mulighet for aktiviteter som trening i tillegg til å studere. Ved å aktivere studenter kan treningsstudioer øke aktiviteten når den pleier å være lav. Økonomisk sett ut i fra denne antagelsen er studenter en av de billigere målgruppene å aktivere da det ikke vil være behov for utvidelser eller flere ansatte på jobb. Hadde man satsset på en målgruppe med muligheter til å trene hovedsakelig på kvelden måtte utvidelser bli gjort på grunn av plassmangel. Studenter er i hovedsak en gruppe unge mennesker som søker kunnskap for eksempel om trening og helse, og de har et godt grunnlag til å få mye ut av medlemskapet. Gruppen har derfor et godt



utgangspunkt for å videreføre treningsstudioet sine verdier og være medlemmer som kan promotere kjeden via positiv vareprat. Ettersom vi av egen erfaring vet at de fleste Oslo-studenter faktisk har tid og råd til å trene, og da nærmere bestemt på et treningsstudio, har vi ikke gått nevneverdig inn på dette aspektet videre i oppgaven.

### **1.3 Hensikten med oppgaven**

Hensikten med oppgaven er altså å forstå hvilke behov og hvilken motivasjon som ligger til grunn, for at en student skal begynne å trene, og fortsette med det. Målet er å avdekke den kognitive prosessen når det gjelder motivasjon og holdning knyttet opp mot trening, da hos aktive Oslo-studenter, for å trekke ut disse dataene til å trigge inaktive studenter til å trene. Dette vil danne et informasjonsgrunnlag og en ny forståelse av målgruppen, som vil hjelpe i utviklingen av videre markedsstrategier. Resultatene kan benyttes for å nå en konkret målgruppe, som kan ha en positiv innvirkning på den økonomiske sluttlinjen. Begrepene holdning og motivasjon er viktige områder innenfor psykologien, og teoriene der er overførbare til markedsføring. Resultatene kan også videreføres til flere områder innen markedsføringsfaget, fordi de avdekker informasjon om den kognitive prosessen kunder går igjennom ved et salg, hva som motiverer, og hvilke faktorer som kan hjelpe til for å oppnå en holdningsendring. Flere som jobber med markedsføring av produkter og tjenester innenfor andre produktkategorier, kan få en større forståelse av hva som motiverer, og setter grunnlaget for en holdning, hos sine forbrukere. Formålet her er å optimalisere informasjonen som sendes ut fra bedrifter til nåværende og potensielle kundegrupper.

### **1.4 Valg av teori**

Hovedområdene i oppgaven fokuserer som nevnt på motivasjon og holdning. Ulike modeller vil bli benyttet for å finne elementer som kan bidra til å belyse problemstillingen. Oppgaven vil overordnet basere seg på teoretiske perspektiver som vil bli satt opp mot forhold som avdekkes. Trekomponentmodellen tar utgangspunkt i holdninger, og vil bli brukt som hovedmodell. Denne deler opp forbrukerens tankeprosess med en kognitiv del, en affektiv del og en konativ del. I tillegg til å gi informasjon om hvordan holdningen til en forbruker er sammensatt, forteller den også om hvor sterke disse holdningene er. Målsettingen om å finne ut mer om forbrukerens

kognitive tankeprosess, kan bli avdekket ved hjelp av denne modellen. Videre vil ulike teorier innenfor både holdning og motivasjonsteori brukes for å avdekke flere perspektiver og vinklinger. Videreutvikling av arbeid, avdekket gjennom trekomponentmodellen, vil da være fokuset.

## **1.5 Valg av metode**

Den vitenskapelige tilnærmingen i oppgaven, baserer seg på en fortolkende tilnærming. Dette vil si at verden ses på som sosialt konstruert, og at teorien baserer seg på det å prøve å forstå verden og hendelser, som en total. Dette skjer ved at små utvalg analyseres i dybden, og at det utvikles ideer ut i fra dataene som oppstår.

Datainnsamlingsmetoden som blir benyttet er kvalitativ intervjuform. Dybdeintervju av mennesker som trener, og som har ulik bakgrunn og ulike treningsvaner, innenfor gruppen Oslo-studenter. Denne formen velges fordi vi er ute etter innsikt i forbrukerens kognitive aspekter som omhandler temaer som ikke alene kan dokumenteres ved hjelp av for eksempel spørreskjemaer. En forbrukers følelser rundt sin egen motivasjon er problematisk å dokumentere utelukkende kvantitativt. Vi er ute etter en dyp forståelse av forbrukerens meninger og den beste måten dette kan avdekkes er ved bruk av dybdeintervju. Personlig sett anser vi kvalitativ som den best egnede datainnsamlingsmetoden, i tillegg til den mest interessante for å avdekke hvilke punkter som trigger motivasjon hos forbrukeren og få de til å reflektere mer over sine avgjørelser.

Respondentene velges etter geografi, alder og livssituasjon. Dette er de viktigste segmenteringsvariablene sett opp mot problemstillingen. De fleste treningsstudioer har sin hovedsatsing i Oslo og derfor ønsker vi å fokusere på holdning og motivasjon hos studenter fra dette området. Datainnsamling er en kumulativ prosess som i en viss grad bygger videre på tidligere arbeid. Vi vil derfor også se noe på hva som er kartlagt om treningsvaner fra andre instanser, både innland og utland. Vi har valgt å fokusere på studenter som bor i Oslo, av flere grunner. For det første kan vi i stor grad relatere oss til den gruppen, ettersom vi er i den selv, og det å undersøke emnet blir derfor interessant på et personlig plan. I tillegg er det mennesker fra hele landet som flytter til hovedstaden for å studere, og vi ser dermed for oss at vi når mange ulike typer

mennesker. Respondentene på dybdeintervjuene er valgt ut nettopp med dette i bakhodet, slik at vi har valgt ut studenter som studerer i Oslo, men en kombinasjon av noen som er oppvokst i hovedstaden, med noen som kommer fra andre steder i landet. Disse intervjuene er hovedkilden til datainnsamling, men vi har i tillegg utført en spørreundersøkelse i form av kvantitativ metode, der vi ikke har begrenset til Oslo-studenter, men studenter generelt. Dette har vi gjort for å se om motivasjonsholdningene er sammenlignbare, og dermed få bekreftet eller avkreftet om våre dybdeintervjuer er representative.

## **1.6 Hypotese**

Basert på egne erfaringer og observasjoner av medstudenter, er hypotesen vår at mange vil begrunne sin motivasjon til trening med ytre motivasjonsfaktorer. Med disse faktorene menes fokus på kropp og utseende og sosialt press, alle faktorer som omhandler hvordan andre ser på deg. Grunnen til dette antas at er et kroppspress og fokus som eksisterer i dagens samfunn. Mange vil nok passe inn i det man kan kalle et medieskapt bilde av en idealkropp hvor fokuset på utseendet er stort. Hypotesen er at påvirkningen fra media og sosiale miljøer har en innvirkning på motivasjonen til studentene. Et eksempel på en medieskapt kropp kan man se hvis man åpner for eksempel et magasin hvor flere artikler handler om skjønnhet og utseende, ”hvordan få sommerkroppen” (Lingjærde, 2012) er et gjennomgående tema hos flere av de store avisene og magasinene. Noen respondenter vil nok fokusere på indre motivasjonsfaktorer med helsegevinstene trening fører med seg. Med en mye stillesittende studiehverdag er det trolig noen som finner motivasjon i det at treningen kan gi dem et avbrekk fra både det å sitte stille, i tillegg til selve studiene. Dette tror vi gjelder noen, men ikke majoriteten av de spurte.

## **2.0 Teori**

### **2.1 Motivasjon**

”En vanlig definisjon på motivasjon er: psykologiske prosesser som igangsetter, regulerer og opprettholder atferd” (Brochs-Haukedal, 2011, 109) Motivasjon står sentralt i oppgaven fordi det, som definisjonen forteller, omhandler de kognitive prosessene hos mennesker, som fører til at ønsket atferd opprettholdes.

Problemstillingen tar for seg hvordan treningsstudioene kan benytte seg av motivasjonsfaktorene hos målgruppen for å utvikle videre markedsstrategier. Det er nødvendig å avdekke bakgrunnen for motivasjon for å finne årsaken til hvorfor målgruppen opptrer som de gjør, og igjen bruke denne informasjonen videre. Det handler om å finne faktorene som utløser ønsket atferd, og opprettholder denne over tid.

Hvis man ser på treningsstudioene omtalt i problemstillingen som mottakere av denne oppgaven er det de konkrete utløserpunktene for atferd som er ønskelig å finne. For å finne disse må man avdekke de kognitive prosessene hos forbrukeren. Det gjøres gjennom dybdeintervju av en gruppe aktive mennesker. Valget på å intervju aktive er for å finne hva som motiverer de til å trene så dette kan videreføres til de inaktive. Oppgaven handler ikke kun om å få folk til å bli medlemmer, men også aktivere de som er medlemmer som i dag ikke trener aktivt. Hva mennesker legger i uttrykket motivasjon og hvor stor betydning det har for hver enkelt kan variere. I intervjuguiden vil respondentene derfor bli spurt om hva de legger i dette uttrykket, for at det skal være forståelig hva som er bakgrunnen i svarene.

#### **2.1.1 Motivasjonsprosessen**

En modell av Jeffrey F. Dugree fra ”Observations: Translating Values into Product Wants” fremstilt av Schiffman, Kanuk og Hansen (Shiffmann, 2012, 99) viser hvordan mennesker opptrer når de vil tilfredsstillende et opplevd behov. (Vedlegg 1) Denne modellen benyttes for å få en innsikt i de kreftene som driver forbrukeren til handling. Forbrukeren opplever først et ønsket behov, dette kan omfatte medfødte behov, eller behov som er skaffet gjennom kulturen. Om dette behovet ikke blir

innfridd kan det oppleves en spenning som fører til en misnøye. Denne spenningen er det som gjør at forbrukeren finner drivere som motiverer til å gjennomføre en handling som vil tilfredsstillere behovet.

Denne motivasjonen kan være negativt eller positivt ladet. For eksempel ved trening kan en forbruker være positivt motivert ved at vedkommende synes det er morsomt å trene, eller negativt motivert fordi personen ikke vil få en dårlig helse. Først når behovet er innfridd forsvinner spenningen og vedkommende opplever en følelse av tilfredshet. Dersom forskningen i oppgaven finner frem til hvordan motivasjonsprosessen til studenter i Oslo er oppbygd, avdekkes et generelt bilde på hvilke drivere som fører til handling. Disse driverne er triggerpunkter for motivasjon til trening og, denne informasjonen kan dermed brukes i markedsstrategier, for å få nye medlemmer til treningssentrene, så vel som å vedlikeholde motivasjonen hos de som allerede trener.

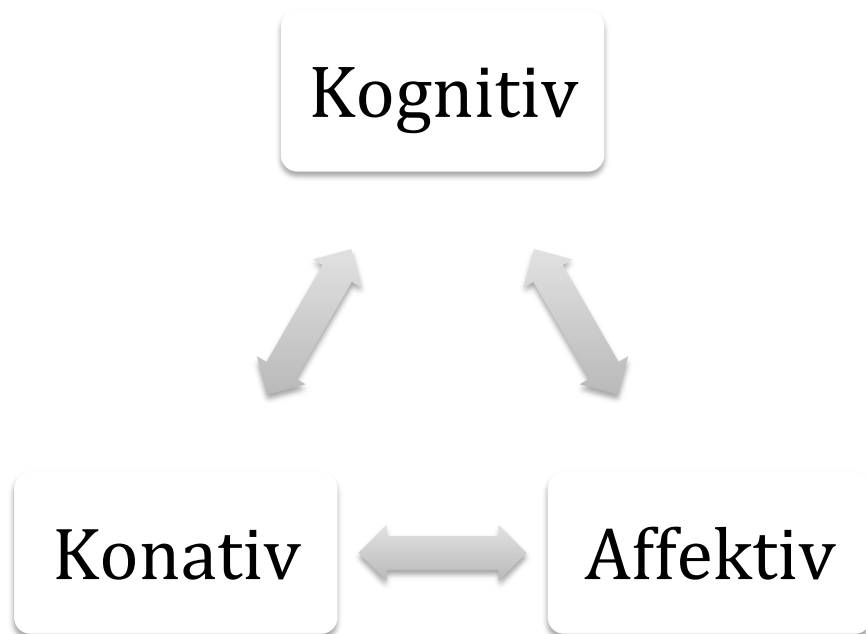
## **2.2 Holdning**

Holdning kan forklares som refleksjonene respondentene gjør seg før graden av motivasjon utvikles. ”En holdning er en persons varige positive eller negative vurderinger, emosjonelle følelser og handlingstilbøyeligheter ovenfor et objekt eller en idé” Holdning er grunnlaget i oppgaven fordi det, som for det som definisjonen fra Kotler (2008, 162) forteller, kan gi oss informasjon om en forbrukers vurderinger av en idé, i dette tilfellet konseptet trening. Holdninger vises gjennom flere uttrykk, blant annet omtaler, vurderinger og atferdsmønstre. Disse umiddelbare følelsene er viktige å fastsette fordi det forteller om personers instinktive tanker til et objekt. Derfor blir en kvantitativ undersøkelse gjort for å finne hva respondentene umiddelbart tenker rundt treningsmotivasjon, og deres vaner knyttet til trening. Disse svarene blir sett i forhold til svarene fra seks dybdeintervjuer, hvor respondentene har mer tid til å reflektere over hva de oppgir som svar. Bakgrunnen i hvordan holdninger dannes kan være tidligere erfaringer og inntrykk, omtaler fra venner og bekjente eller umiddelbare følelser. Holdninger omfatter de mekanismene som gjør mennesker stabile i forhold til objekter.

### 2.2.1 Trekomponentmodellen

Trekomponentmodellen er en modell som ser på forbrukerens tankeprosess ved hjelp av en kognitiv del, en affektiv del og en konativ del. Modellen kan brukes for å finne mer informasjon om hvordan holdningen til forbrukeren er sammensatt, og hvor sterke holdningene er.

Fig. 2.1 Trekomponentmodellen



Notat: Tre komponenter som påvirker hverandre. (Schiffman m.fl. 2011, 235)

En holdning er en lært predisposisjon til å opptre på en konsistent måte, positiv eller negativ, til en viss sak eller et visst objekt. (Schiffman m.fl. 2011, 432) I følge trekomponentmodellen består holdninger av kognitiv del, en affektiv del og en konativ del. Den kognitive delen omhandler kunnskap, den affektive følelser og den konative intensjon.

Den kognitive delen, inneholder en persons intellektuelle prosess, som gjør at personen blir bevisst og opplever å forstå. Dette baserer seg på kunnskap og oppfatninger, som følge av en kombinasjon av direkte erfaring med

holdningsobjektet, og informasjon gitt av andre variable kilder. Resultatet blir dermed en idé om at forbrukeren tenker at holdningsobjektet besitter ulike egenskaper og muligheter, og med en bestemt atferd vil forbrukeren oppnå konkrete resultater. (Schiffman m.fl. 2011, 235)

For eksempel vil holdningen en Oslo-student har til trening i den kognitive delen, være avhengig av hva vedkommende vet om trening, om vedkommende har noen erfaringer med trening, om vedkommende har noen i familien, eller venner eller bekjente som har erfaringer med trening, og dermed hva deres holdninger til dette er.

En forbrukers følelser for et objekt utgjør den affektive delen av trekomponentmodellen. Denne delen baserer seg på de direkte følelsene og den globale vurderingen en person har for et objekt. Om en person har hatt en erfaring med et objekt mens vedkommende var i svært godt humør, vil dette kunne utgjøre en positiv holdning for objektet, selv om det var bakgrunnen for det gode humøret. Om en forbruker er i godt humør, av personlige grunner, vil dette kunne overføres til handlekraftig atferd, og et sinn som er mer åpent for å være positivt til andre objekter. Et møte med et objekt, med et positivt humør som grunnlag, vil altså kunne danne en positiv holdning til objektet, selv om humøret og objektet i utgangspunktet var uavhengige av hverandre. (Schiffman m.fl. 2011, 236)

Et eksempel på dette kan være om et treningsstudio har salgsbod ute i Karl Johans gate, og en student går forbi, etter å ha fått en dårlig tilbakemelding på en eksamen. At en selger fra treningsstudioet stopper vedkommende, for å prøve å få personen til å bli medlem, kan oppleves som en stor og irriterende forstyrrelse, som et negativt tillegg til et allerede negativt humør, og dermed gi en negativ holdning til treningsstudioet, selv om sistnevnte ikke var hovedkilden til det dårlige humøret.

Den konative delen av trekomponentmodellen tar for seg sannsynligheten for at en forbruker foretar seg en bestemt handling, eller oppfører seg på en bestemt måte, med hensyn til holdningsobjektet. Dette sammenlignes gjerne med forbrukerens kjøpsintensjon. Forskning viser at om forbrukeren på forhånd har måttet ta stilling til sin holdning til objektet, ofte viser et positive merkevareengasjement, og at et positivt

svar på et slikt holdningsspørsmål, med stor sannsynlighet fører til en positiv kjøpsintensjon. (Schiffman m.fl. 2011, 236, 237)

For eksempel kan dette utføres ved at en rekke Oslo-studenter må ta stilling til hvilken treningskjede de foretrekker, eller har mest positiv oppfatning av. Selv om dette spørsmålet blir stilt utenom kjøpsituasjonen, vil et svar om at for eksempel SATS har gitt et godt inntrykk, ville styrke sannsynligheten for at SATS blir den foretrukne kjeden om studenten faktisk skal melde seg inn i en treningscenterkjede.

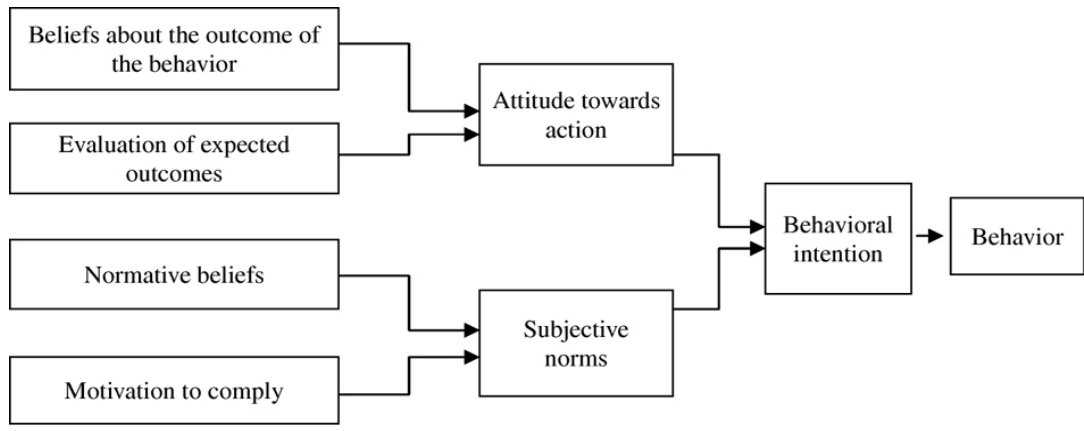
### **2.2.2 TRA-modellen**

TRA-modellen (Theory of Reasoned Action) er en svært sentral holdningsmodell som kan benyttes til å forstå hvordan holdningene forbrukeren har påvirker deres beslutninger. Referansegruppen, holdning til atferd og subjektiv norm er elementer man kan finne ved hjelp av denne modellen. Ved bruk av denne modellen får man mer informasjon om hva som ligger i bakgrunn av intensjonen forbrukeren har til handling.

Som med trekomponentmodellen inkluderer TRA-modellen en kognitiv del, en affektiv del og en konativ del, men forskjellen her ligger i at de er organisert på en annerledes måte enn i trekomponentmodellen. For å forstå intensjonen må det måles hvilke personlige normer som påvirker en persons intensjon om å handle. Direkte måling av en forbrukers subjektive norm kan gjøres ved å vurdere følelsene som oppstår når vedkommende får vite hva viktige personer i dens liv, for eksempel familie, venner eller kollegaer, synes om handlingen som blir overveid. Dette, i kombinasjon med den opprinnelige holdningen til handlingen som overveies, utgjør intensjonen for handlingen. (Schiffman m.fl. 2011, 240)



Fig. 2.2 TRA-modellen.



Notat: Fra intensjon til handling. (Schiffman m.fl. 2011, 240)

## 3.0 Metode

### 3.1 Datainnsamlingsmetode

Vår primære datainnsamlingsmetode er kvalitativ intervjuform. Oppgaven beveger seg kort innpå kvantitativ spørreundersøkelsen, for å avkrefte eller bekrefte om dataene fra den kvalitative delen er representative. Her vil man få umiddelbare tanker fra respondentene og man kan kartlegge og gi en introduksjon til markedet. Fordi målet er å avdekke en kognitiv prosess hos forbrukeren, som omhandler holdninger og motivasjon, vil hovedfokuset ligge på den kvalitative intervjuformen, med dybdeintervjuer. Informasjonen ønsket kan være vanskelig å avdekke fordi respondentene ikke alltid har et bevisst forhold til sine egne tanker om feltet. Derfor velges en metode som åpner for bevisstgjøring og refleksjon som kan gi en dypere innsikt rundt respondentens holdninger. Ved å kombinere disse to metodevalgene kan man også finne ut mer om forbrukerens umiddelbare følelser i forhold til de mer reflekterte tankene.

Intervjuguiden er ikke standardisert, slik at den kun viser et forslag til hvilken rekkefølge spørsmålene skulle bli stilt i, men at det var avvik, der respondentens svar gjorde det naturlig å følge opp på en annen måte. Dette er en av fordelene med enkeltintervjuer; at det er lettere å tilpasse intervjuet til den enkelte informanten.

Hovedgrunnen til at valget falt på kvalitativ undersøkelsesmetode er at motivasjon og holdning er omfattende temaer, der ulike mennesker har ulik forståelse av hva som trigger sin egen oppførsel. Med et ønske om å komme i dybden av dette, og få utfyllende informasjon om hvordan en gruppe Oslo-studenter opplever sin egen holdning til trening, i tillegg til å få komme inn på hva de tenker på som dominerende motivasjonsfaktorer, ble enkeltintervjuer den mest fornuftige undersøkelsesformen.

### **3.2 Utvalgsstrategi**

For å finne hvilke personer som er ønskelige å intervjuer er det sett på de viktigste segmenteringsvariablene som er nødvendige og mest relevante for å best besvare problemstillingen. Disse er geografi, alder og livssituasjon. Med livssituasjon er interessen om vedkommende studerer eller ikke. Geografi velges for å kunne utvikle en rapport med størst mulig relevans for treningsstudioene. Man ser på plasseringen av treningsstudioer i Norge at de fleste er plassert i Oslo, mange av senterne som ligger i dette området har også blitt pusset opp og oppgradert. Dette kan vise til at det er her hovedfokus og satsingen ligger. Alderen og livssituasjonen er viktige fordi målet er å vite hvordan man kan påvirke studenter til å bli aktive medlemmer.

Størrelsen på utvalget har et utgangspunkt på seks intervjuer, men dette er ikke låst. Etter at intervjuene er gjennomført vil det bli foretatt en vurdering på hvorvidt det er nødvendig med flere respondenter eller ikke. Når det ikke dukker opp noen ny informasjon fra respondentene men den samme informasjonen kommer frem under intervjuene vil optimalt utvalg være nådd. Få personer er valgt som utgangspunkt fordi ønsket er å gå i dybden hos hver enkelt person.

### **3.3 Kultur**

Trening og fysisk aktivitet blir i oppgaven brukt som områdene hvor respondentenes grad av motivasjon måles. Gjennom trening får respondentene utløp for sin motivasjon. I noen kulturer er fokuset på trening lavt og i andre er det høyt, dette varierer også mellom sosiale grupper innenfor samfunnet. På grunn av denne variasjonen er det viktig å sette trening i et kulturelt perspektiv for å få et sammenligningsgrunnlag av respondentenes treningsvaner i forhold til normalen.

Hvor ofte man trener er i stor grad knyttet opp til treningsvanene i kulturen der man er vokst opp. Noen kulturer har et lite fokus på trening mens hos andre er det stort. For å sette Norge i en kontekst i forhold til dette fokuset sammenlignes vanene her med resten av verden. En undersøkelse publisert i *College Student Journal* (Jeffrey, 2013, 68) viser at mangel på fysisk aktivitet er et stort problem hos høyskolestudenter ved Syracuse University i USA. 18,2 prosent av de spurte studentene deltok aldri i noen form for moderat eller energisk fysisk aktivitet. Dette gir et innblikk i at treningskulturen i USA blant studenter er lav og blir sett på som et alvorlig problem.

Sett i forhold til Norge er en undersøkelse gjort av Anita A. Aadland og Yngvar Ommundsen (2009) som måler fysisk aktivitet i relasjon til yrkesmessig situasjon og viser at studenter i Norge har et høyt aktivitetsnivå. Av de spurte var 12 prosent studenter, og av disse var ti prosent aktive i dag. Dette gir informasjon om at treningsnivået og treningsvanene er høyere i Norge sammenlignet med undersøkelsene gjort i USA. Disse tallene kan brukes som et utgangspunkt med tanke på hva en skal se på som normalen.

Helsedirektoratet i Norge anbefaler voksne, inkludert studenter, til å være i moderat fysisk aktivitet minimum 150 minutter i uken. En rapport fra helsedirektoratet som måler fysisk aktivitetsnivå blant voksne og eldre i Norge konkluderer med at 31 prosent av deltakerne tilfredsstillte disse anbefalingene. (Hansen, 2014) Dette er ikke et høyt antall og forskning i samme undersøkelse viser at tanken om spreke nordmenn er en myte. Den norske befolkningen mye tid på fysiske aktiviteter som spaserter i skogen men generelt beveger man seg mindre enn andre europeiske land, her ses tendenser til nedgang i den generelle fysiske aktiviteten i hverdagen.

Til tross for at studenter i Norge har et høyt aktivitetsnivå viser undersøkelse av den generelle befolkningen at lavt aktivitetsnivå er et økende helseproblem. Oppgaven tar derfor utgangspunkt i at til tross for at de norske studentene er mer aktive enn de i USA er kan vi putte treningskulturen i en kontekst som tilsier at det generelle aktivitetsnivået er lavt.

### 3.3.1 Påvirkningsfaktorer

Grunnlaget for hvorfor man trener kan i stor grad variere fra person til person. Basert på den kvantitative undersøkelsen gjort i dette prosjektet er de hyppigste begrunnelsene at man ønsker mer overskudd i hverdagen, bedre selvfølelse, helsemessige årsaker og økt livsglede. Sett i sammenheng med motivasjonsteorien Maslows behovshierarki (Schiffman, 2012, 116) handler dette om å nå det øverste stadiet kalt selvrealisering. Modellen benyttes for å få mer informasjon om hvilke opplevde behov forbrukeren forsøker å dekke, og hvorfor respondentene handler slik de gjør. Ved å finne ut av dette kan kommunikasjonen ut til målgruppen optimaliseres fordi det er klart hvilke behov man som aktør skal dekke hos forbrukeren. I Norge forklart gjennom den kvantitative undersøkelsen handler ikke om å tilfredsstille de grunnleggende behovene men å komme seg til det stadiet som i større grad omhandler goder. Dette er viktig å huske på fordi det viser at trening, og det som motiverer respondentene til å trene, ikke handler om grunnleggende behov men et behov om å gjøre mer enn det absolutt nødvendige.

Indre motivasjon dominerer i stor grad svarene, men antydninger til ytre motivasjon gjør seg også gjeldende. Svar som ”jeg ønsker å se bedre ut” og ”vise omverdenen at jeg er sunn og trener” på hva som motiverer til trening kan vise til et kroppsfokus i samfunnet, med et press til å se bra ut. Trening kan altså kobles til et sosialt behov fordi man ønsker å vise de andre i en sosial gruppe at man er vellykket innenfor trening. Dette viser til at noen sosiale grupper verdsetter de som lykkes med treningen sin og flere av respondentene ønsker å ha en tilhørighet til slike grupper. Ved å se dette i en kulturell kontekst kan det vise til at en av faktorene bak motivasjonen for trening er sosial annerkjennelse. Beherskelse av alle mål og oppgaver i hverdagen, i tillegg til å være suksessfull innenfor trening, kan gjøre at man opplever en følelse av selvrealisering. Dette blir bekreftet og verdsatt gjennom sosial tilhørighet.

En rapport (Breivik, 2012, 14) viser at man i Norge kan se en sammenheng mellom inntektsnivå og trening. De med en høyere utdanning har et høyere fysisk aktivitetsnivå sammenlignet med den lavest spurte utdanningsgruppen. Man kan også se en sammenheng mellom inntekt og treningsvaner. De med høyest inntekt trener mer enn de med lavere inntekt. (Breivik, 2012, 15) Sett i sammenheng med avsnittet

over kan dette forklares ved at sosiale grupper, i dette tilfellet hele den norske befolkning, premierer de som lykkes. Denne bekreftelsen kan være noe av grunnlaget bak sammenhengene mellom variablene utdanningsnivå, inntekt og trening i undersøkelsen gjort av Breivik.

### **3.3.2 Det sosiale rommet**

Utdanning, inntekt og trening er tre faktorer som blir verdsatt i det norske samfunnet og kan ses på som ulike former for kapital. Pierre Bourdieu deler inn det sosiale rommet ut fra to differensieringsprinsipper: kulturell og sosial kapital (Bourdieu, 1995, 34) Den økonomiske kapitalen omhandler penger og materiell rikdom mens kulturell kapital er symbolske goder. Disse to differensieringspunktene forklarer maktrelasjonene i samfunnet gjennom de ulike formene for kapital.

Norge er et land hvor beskjedenhet preger kulturen og man skryter sjeldent av sine finansielle goder for å vise frem sin suksess. Det kulturelle aspektet kan derfor benyttes dersom man ønsker å få aksept innenfor visse sosiale grupper, som ofte er målet når man vil vise omverdenen hvor vellykket man er. Dette kan også kalles å omsette sin nåværende kapital til sosial kapital, som handler om å få tilgang til nye sosiale grupper. Kulturell kapital kan også omhandle det å ha mestret en sosial kode som i dette tilfellet handler om å forstå at trening blir verdsatt av det norske samfunn. I stedet for å skryte over hvor mye penger man tjener kan det tenkes at man benytter trening for å oppnå kulturell kapital for igjen å kunne omforme dette til sosial kapital. Dette kan være en forklaring på hvorfor man ser en sammenheng mellom inntekt og trening.

### **3.3.3 Identitet og sosial tilhørighet**

Mennesker har et behov til å føle seg som en del av en større sammenheng (Gripsrud, 2011, 34) dette viser behov for identitet og en kobling til en gitt gruppe i samfunnet. Her er grunnlaget for skapningen av sosiale grupper, som i stor grad påvirker vårt tanke sett. Massemedia spiller også en stor rolle ved at de definerer virkeligheten rundt oss. Mediene skriver at trening er viktig og dette påvirker mottakeren av informasjonen sine tanker rundt trening. Forbrukeren er ikke fri når de tolker viktighetsgraden av trening, men er bundet opp av behovet om sosial tilhørighet og

påvirkningen fra massemediene. Dette er altså noen av faktorene som påvirker forbrukerens holdninger. Konsistentprinsippet (Cialdini, 2011, 83) kan brukes som et teoretisk utgangspunkt videre for å forstå hvilke faktorer som kan spille inn for at holdninger skal vare over tid. Sett i sammenheng med de som motiveres til trening av ytre faktorer kan det sies at dette presset gjør at man utfører en atferd man normalt ikke ville gjennomført. Gruppen her er det viktig å lære mer om fordi de kan utgjøre en stor del av treningssentrene sin målgruppe.

En person som ofte varierer i sine meninger kan bli oppfattet som usikker og utydelig. Dette forklarer konsistentprinsippet som er et sosialt behov mennesker har i det å opptre konsistent. Massemediene og sosiale grupper påvirker oss til å innrømme at trening er viktig, og etter denne innrømmelsen kan det oppfattes som vanskelig å la være å trene. Behovet om konsistens ligger sterkt forankret fordi det er en egenskap verdsatt når det gjelder sosial tilpasning. Her finnes en mulig forklaring hva som opprettholder atferden hos kundegruppen til treningssentrene, som er motivert av ytre faktorer.

### **3.4 Utvikling av forskningsdesign**

Forskningsdesignet ble først utviklet ved at temaet og problemstillingen ble fastsatt. Temaet ble valgt med bakgrunn i egne interesseområder. Styringselementet gjennom oppgaven er problemstillingen og hensikten er å forklare årsaken bak fenomenet motivasjon. Den er kausal ved at det skal forklares hvorfor en tilstand er som den er og klar fordi det finnes mye litteratur innenfor temaene brukt i oppgaven fra før. Denne teorien skal nå settes inn i et nytt perspektiv. Undersøkelsesdesignet er intensivt og ved bruk av dybdeintervju går oppgaven i dybden på få enheter. Dette satte grunnlaget for valget av metode som i hovedsak er kvalitativ. Dette gir mulighet til å forstå hva studenter tenker og hva som motiverer dem og et utgangspunkt for en dypere forståelse. Formen på datainnsamlingen ble satt ved utvalgsstørrelse og intervjuguiden med semistandardiserte intervjuer som mer eller mindre har en struktur. Fordi respondentene kan komme opp med nye temaer ga dette muligheten til å re-arrangere spørsmål under intervjuet og en viss fleksibilitet. Her kan man også underveis stille spørsmål til respondenten som oppfordrer til utdyping og videre refleksjon. I dataanalysen settes tolkningene fra den kvalitative analysen opp mot

resultatene i den kvantitative og intervju med personlig trener for å ha et tydelig sammenligningsgrunnlag.

### **3.5 Relabilitet og validitet**

Arbeidet med oppgaven fokuserer mye på å gjøre prosessen så transparent som mulig. Derfor beskrives tankeprosessen i alt fra metodevalg til gjennomføring av intervju i detaljer for at resultatene skal være etterprøvbare. Resultatene utarbeides med konkrete tiltak treningsstudioer kan gjennomføre for å aktivere studenter og at resultatene er til å stole på er derfor essensielt. Intervjusituasjonen er et viktig punkt og intervjueren må være i en objektiv posisjon som er sikret gjennom en fysisk avstand til intervjuobjektet. Objektivitet er spesielt viktig når intervjueren kjenner intervjuobjektet for å kunne sikre pålitelighet. Samarbeid med intervjuobjektet står sentralt. Intervjueren må kontinuerlig sørge for å ha forstått respondentens refleksjoner. Oppfølgingsspørsmål som ”var det dette du mente da du sa” vil derfor bli brukt gjennomgående for å sikre etterprøvbarhet og relabilitet. Oppgaven opererer ikke etter ønsket om å oppnå et imaginært punkt hvor undersøkelsen gjennomført er optimal i henhold til validitet, for ingen undersøkelser blir gjennomført feilfritt. Derfor vil utfordringer som oppstår bli påpekt og drøftet i tillegg til fremgangsmåte for å løse disse, som bidrar til transparent arbeid. Et kontrollspørsmål gjennom hele arbeidet er ”bidrar dette til å undersøke det vi ønsker å undersøke?” All data som blir benyttet i oppgaven skal gjenspeile de fenomen og temaer som den overstående problematikken representerer. Dataene hentet inn skal ta for seg virkeligheten som forsøkes og innhente. Metodetriangulering benyttes ved å bruke både kvalitativt og kvantitativt intervju. Flere innsamlingsmetoder brukes for å bekrefte resultater. Oppstår en situasjon hvor det er store sprik mellom funnene i den kvantitative delen og den kvalitative vil det indikere at dataene bør gjennomgås på nytt. Selv om den kvantitative delen i oppgaven er liten kan det avdekke sprik og bidra til å styrke både validitet og relabilitet. Et viktig poeng er at oppgaven omhandler temaer som kan variere svært fra person til person. Fasitsvar vil derfor ikke være mulig å finne men en generell tolkning av markedet for motivasjon og holdning rundt trening.

### 3.6 Intervjuguide

Gjennomføringen av dybdeintervjuene blir gjort med bakgrunn i hva teorien tilsier er best egnet metode men også egen erfaring. Tanker rundt hva som er den beste metoden for å få frem ønsket informasjon om valg tema. Trening og helse er for mange et personlig og følsomt tema, og det antas at det for mange kan oppleves som vanskelig å fortelle en fremmed om ens treningsvaner. Derfor er det bestemt at intervjuobjektene skal være personer som den som gjennomfører intervjuene kjenner fra før av. Personlig erfaring viser at trening er et tema hvor det er en lav terskel for å lyve. Trening og helse har blitt viktige temaer i samfunnet og fokuset på det er stort, trening kan for mange representere at man tar vare på seg selv. Et ønske om sosial tilhørighet til en aktiv gruppe mennesker kan gjøre at noen lyver om treningsvaner for å fremstå som mer aktiv enn det man egentlig er. Ved denne fremgangsmåten er man nærmere ved å bryte barrieren som ligger i respondentens villighet til å fortelle om et personlig tema. Fordi intervjueren og intervjuobjektene kjenner hverandre vil også intervjutiden bli kortere. Mye av tiden i et dybdeintervju brukes til å bygge opp et tillitsforhold, og i dette tilfellet eksisterer dette tillitsbåndet allerede. Intervjuguiden blir derfor kortere fordi det ikke er nødvendig og ta med spørsmål som brukes for å bygge tillitt.

I utviklingen av intervjuguiden ble det fulgt mal fra Johannessen, Tufte og Christoffersen på hva en intervjuguide burde inneholde (Johannessen, 2010, 141) en innledning hvor forskeren presenterer seg selv, faktaspørsmål med enkle spørsmål til respondenten, introduksjonsspørsmål som belyser temaet, overgangsspørsmål som leder til nøkkelspørsmålene, sensitive spørsmål og en avslutning. Utgangspunktet er at spørsmålene skal stilles i denne rekkefølgen, men fordi det alt finnes en relasjon mellom intervjueren og respondenten kan noen av spørsmålene være overflødige og kuttes ut.

To kategorier med spørsmål ble utviklet som begge må være med for å få tak i så mye relevant data fra respondentene som mulig. Disse omfatter spørsmål som er avgjørende for undersøkelsen og en annen kategori med de samme spørsmålene men formulert på en annen måte. Dette gjøres for å teste relabiliteten i svarene. Spørsmålene blir formulert slik at de oppfordrer respondenten til å åpne seg, og at



intervjueren lytter er avgjørende. Fordi intervjuguiden er semistandardisert gir dette mulighet til å omformulere noen spørsmål i henhold til hva respondenten svarer men. Dersom intervjuet kommer inn på temaer som ikke er relevante for formålet med intervjuet kan man bruke de overordnede spørsmålene som en hjelp for å komme tilbake til relevant emne. I forkant av dybdeintervjuene ble det gjort test-intervjuer hvor det ble undersøkt hva som fungerte og hva som ikke fungerte. Etter dette ble intervjuguiden justert noe for å optimalt fungere under den neste prosessen med dybdeintervjuer.

En utfordring funnet i intervjuguiden er at den inneholder flere begreper som ikke er håndfaste. Hva man legger i begrepene motivasjon og holdning er individuelt, og dette blir derfor tatt opp tidlig i intervjuet. Respondenten vil få mulighet til å forklare hva vedkommende legger i ordlyden og det er viktig et det skapes en felles forståelse mellom hva respondenten tenker og hva som er tenkt under utviklingen av intervjuguiden. Dette for at alle intervjuene skal ha samme utgangspunkt og være sammenlignbare. Utgangspunktet er en intervjuguide som følges delvis men ikke er låst. Den skal brukes som en mal for hva samtalen skal ta opp og følge en gitt rekkefølge for at strukturen i intervjuet skal være klar og resultatene skal bli enklere og organisere. Forskjellige respondenter kan komme inn på svært ulike temaer når det er snakk om motivasjon og holdning fordi bakgrunn for disse tankene er individuelle og derfor velges denne fremgangsmåten.

### **3.7 Gjennomføring av intervjuer**

Intervjuformen valgt er klassisk intervjuform hvor intervjueren har en samtale med intervjuobjektene på en lokasjon hvor begge føler seg komfortable. Dette er et viktig poeng for det skal legges til rette for en avslappende atmosfære hvor respondenten ikke blir stresset av andre faktorer. En båndopptaker eller telefon vil bli benyttet for å ta opp samtalen. Dette kan være en faktor som kan stresse intervjuobjektet av grunner som at man kan være bekymret for at samtalen vil bli offentliggjort. Det vil derfor bli presisert at opptaket kun skal brukes i forbindelse med oppgaven. Respondenten kan også velge og forbli anonym. Ved å gi respondenten disse valgmulighetene kan vedkommende føle at de er delaktige i prosessen og tillitsforholdet til intervjueren kan

øke. Premissene for flere faktorer under intervjuet er lagt men respondentene gis muligheter som øker deres følelse av kontroll.

En generell antagelse er at mennesker kommuniserer mye ved bruk av symboler og kroppsspråk. Mye av informasjonen som kommer frem under intervjuet kan være ikke-verbal. Fordi det kun er en som intervjuer vil alle kroppsspråk hos de ulike respondentene bli tolket likt. Det vil ikke være flere intervjuere med ulik bakgrunn, meninger til å tolke informasjonen som kommer frem. Dette byr også på en utfordring fordi all tolkningen blir gjort av en person, og intervjueren må passe på å stille oppfølgingsspørsmål for å bekrefte at man har oppfattet hverandre korrekt. En båndopptaker vil, dersom respondenten aksepterer dette, bli brukt slik at intervjueren kan fokusere på kroppsspråket til respondenten.

### **3.8 Spørreundersøkelse**

Som et supplement til dybdeintervjuene valgte vi å gjennomføre en spørreundersøkelse. Dette gjorde vi for å se om det var mulig å bekrefte hypotesen for intervjuene ytterligere, og for å få en indikasjon på om våre utvalgte respondenter var representative for en større populasjon.

Vi valgte å utføre undersøkelsen digitalt, og satte da opp at en ikke hadde mulighet til å besvare selve essensen, om motivasjon, hvis en ikke var student og ikke trente. Dette for å finne bakgrunnen for hvorfor studenter trener, ikke hvor mange som ikke trener. De svarene som vektlegges mest, kan dermed brukes til å trigge motivasjon hos de inaktive, og samtidig bidra til å vedlikeholde motivasjonen hos de aktive.

Dataene er samlet inn ved å spre lenken til undersøkelsen, via sosiale medier.

Undersøkelsen lå ute i litt over ett døgn, og samlet inn 152 svar.

Gjennomsnittsalderen blant respondentene var ganske nøyaktig 22 år, og kvinner dominerte kjønnsfordelingen.

### **3.9 Tolkning**

I tolkningen er målet å avdekke om det finnes noen substansielle forskjeller i svarene fra respondentene. Fordi intervjuguiden er utarbeidet med ordlyder som kan tolkes ulikt er dette det første som vil bli gjennomgått under tolkningen, sjekke at alle har tolket ordlyden riktig. En person har gjennomført intervjuene og tolket kroppsuttrykk nå vil to personer gå gjennom materialet sammen og tolke dataene skrevet ned og det som er på opptak.

## **4.0 Analyse**

### **4.1 Tolkning av resultater fra dybdeintervjuer**

I svarene fra de gjennomførte dybdeintervjuene vises det et overordnet blikk om at treningsmotivasjonen i stor grad er basert på indre motivasjon.

#### **Bakgrunn**

Av de intervjuende hadde alle en egen historie med aktivitet gjennom oppveksten. Flere har hatt en aktiv oppvekst, med mange aktiviteter over tid, mens et par har hatt et mer moderat aktivitetsnivå i tidlig alder, med søndagstur som aktivitet utenfor skolen. Et par av dem fant idretter der de gjorde det godt, og som de valgte å fokusere på i større grad enn annet, men en felles faktor for de seks respondentene var at ingen av dem var motiverte nok til å fortsette med dette videre. Likevel er det tydelig at det å fortsatt holde seg i aktivitet har vært viktig, og dermed har tilbud fra treningsstudioer blitt valgt. Her har de fleksible åpningstider, ikke noe lag å forholde seg til, og det åpner for å kunne variere aktivitetstypen, i tillegg til at mange treningsstudioer har gruppetimer. Vi kan også se at om oppveksten har vært preget av sport eller ikke, ikke har hatt noe å si for innmeldingen på et treningssenter. Dette kan ses i sammenheng med at hver person har blitt eldre, og utviklet seg som menneske. Mer tid og lærdom følger det å finne ut av hva en selv ønsker, og inn under dette kommer også faktorer som kroppsbilde, treningsinteresser og helsefokus.

### **Holdning til trening på treningsstudio**

Respondentenes holdning til trening hos treningsstudioer er at det er et godt tilbud, ettersom dette gir et bredt spekter av muligheter for aktivitet. At mange sentre har et stort antall gruppetimer blir vektlagt som en positiv faktor, ettersom uerfarne også kan få gode økter, uten å måtte investere i personlig trener, eller måtte lære alt på egenhånd.

Det påpekes at det for uerfarne kan være ubehagelig å starte med trening på et treningsstudio, med frykt for å gjøre ting feil eller bli sett rart på. At dette er noe de aller fleste må gjennom i starten, blir nevnt, og dette oppfølges med en løsning, nemlig å trene sammen med noen. Standarden på sentrene blir også lagt vekt på, med fokus på at det har blitt vanlig med godt og solid utstyr, og at dette legger til rette for at ulike treningsformer kan tas i bruk, ettersom folk har forskjellige mål og ønsker med treningen sin.

### **Opplevde følelser etter trening**

Flere av respondentene oppgir det å bli glad som en av effektene av trening. At de får en positiv følelse av mestring når de trener, viser at den affektive delen spiller en rolle i holdningen til trening. Oppgitte følelser av trening er det å bli fornøyd med seg selv, å føle seg fylt med energi, mestringsfølelse og tilfredsstillelse. Det nevnes utelukkende positive følelser, noe som kan tolkes som at den affektive delen virker sterkt og positivt inn på den totale holdningen til trening. Å komme nærmere sine satte mål nevnes også av to av respondentene, altså er det trolig snakk om en langsiktig positiv holdning.

### **Treningsrutiner**

Treningsrutinene kan tenkes å baseres på en kombinasjon av holdninger til trening, og følelser etter trening. At respondentene vet at trening er godt for dem, viser at den kognitive delen er aktuell. De vet at de kommer i bedre form, og at de får mer energi av å trene. Ettersom den kognitive delen også er erfaringsbasert, kan vi se svarene om en overordnet positiv holdning til trening i sammenheng med at alle respondentene hadde et visst aktivitetsnivå i oppveksten. Altså vet de hva trening fører med seg på et individuelt plan, selv om erfaringsnivået ikke nødvendigvis har vært spesielt høyt.

Det sosiale aspektet ved trening kommer frem i ett av svarene om treningsrutiner, som skiturer og skogsturer med venner og familie. I tillegg legges det vekt på utetrening om sommeren av to stykker, og det poengteres at aktivitetsnivået automatisk blir høyere når det er vær til å bevege seg mye ute i. Graden av faste rutiner varierer, der noen har et klart oppsett, mens andre tilpasser rutinene etter faktorer som jobb, skole og sosiale hendelser. Gruppetreningstimer preger også treningsrutinene til enkelte, ettersom disse gjerne er faste.

### **Definisjon av motivasjon**

I hvert dybdeintervju ble respondenten bedt om å definere motivasjon. I den kvantitative undersøkelsen var definisjonen satt som ”bakgrunnen for at du gjør som du gjør” og det var grovt sett dette som kom frem av de kvalitative svarene også. Litt mer utfyllende svar viste at definisjonen av motivasjon gjerne defineres som noe dyptliggende i mennesket, og at ytre motivasjon ikke er like sterk som indre motivasjon. Dette blir bekreftet i teorien.

### **Individuell motivasjon**

Respondentene hadde et ganske likt grunnlag for motivasjon til å trene. Å ta vare på helsen, vedlikeholde vekten, oppleve fremgang med prestasjonen, kjenne mestringsfølelse og fordi det føles bra å være aktiv i en ellers sittestillende hverdag, var gjennomgående grunnlag for motivasjonen.

I tillegg ble det sosiale aspektet av trening gitt som grunn til å trene, og en påpekte at enkelte sentre har så mange faste kunder, slik at det oppleves som om man er en slags liten familie. Det å identifisere seg med andre mennesker, med like interesser, er en del av menneskers behov, og det er ikke overraskende at noen opplever tilfredsstillelse av dette behovet på trening.

Når det kommer til det å fortelle andre om treningen sin, sa en at det å dele treningsrelaterte bilder oppleves positivt, fordi det at andre kan se at en har den type kapital, gir bekræftelse for både en selv og for andre. Den første respondenten sa denne delingen trolig påvirket motivasjonen mer enn vedkommende ville innrømme for seg selv, og det kan tenkes at i det dele-og-like-samfunnet vi har nå, gir økt antall ”likes” eller bekræftende kommentarer på et treningsrelatert bilde en viss kraft for

videre treningsmotivasjon. Også relasjonene ansikt til ansikt ble gitt som motivasjonspåvirkende faktorer. Å prate med venner, familie og kollegaer om trening og fremgang vil trolig kunne vekke både beundring, konkurranseinstinkt og interesse hos mange. Det at de rundt vedkommende i hverdagen trener, oppleves for noen å påvirke motivasjonen, fordi de ser at andre orker og kan. Som studenter har en gjerne en relativt lik hverdag, og det at andre i klassen mestrer mye på det området, kan bidra til at en tenker at om de klarer, så er det faktisk gode sjanser for at en kan klare noe tilsvarende selv.

”Man kan ikke holde på med eksamen samtidig som man trener, dermed blir treningen en slags egen boble.” Sitatet viser til den egentiden en får på trening, uavhengig av om en trener alene eller med andre. Det er fokus på den enkeltes trening, og andre oppgaver eller plikter blir tilsidesatt for den tiden en bruker på trening. Dette vil være motiverende for noen, og vil trolig spille på den følelsesmessige delen av trekomponentmodellen. Om en drøyer eksamenslesingen et par timer, for å se en fotballkamp, vil det trolig være lettere å oppleve negative følelser, som dårlig samvittighet, fremfor om en bruker den samme tiden til trening, som anses å være positivt, fordi en gjør noe godt for helsen sin.

Samtidig som det kan være motiverende for noen å dele bilder og tekst som viser at de trener og er aktive, oppleves det for flere også motiverende å se nettopp disse delingene. Å se hva andre får til, viser hva som kan være mulig for en selv, som kan bidra til å føle seg motivert. Også det at eldre trener ble oppgitt å være motiverende, fordi disse menneskene gjerne har en annen terskel for å kunne bedrive fysisk aktivitet, men at de likevel står på, og tar vare på helsa si.

”Motivasjon er det som får meg til å komme meg opp av sofaen og på trening. Det kan være alt fra en venninne som maser, en treningsblogg, et program på tv, eller en sang.” Ut i fra dette kan vi tolke at selv om den grunnleggende motivasjonen for å trene i stor grad er indre motivasjon hos respondentene, er det små triggere i hverdagen som gjør at treningen faktisk blir gjennomført. Igjen blir det sosiale og ikke minst sosiale medier nevnt, noe som bekrefter den tidligere nevnte teorien om at det er snakk om å føle seg som en del av noe større, enten det er fellesskapet på trening eller om det er en trend i sosiale medier. Den bekreftelsen og tilhørigheten kan

være med på å opprettholde vanene, slik at den indre motivasjonen ikke nødvendigvis er hovedgrunnen til trening hver økt, men at den regjerer i det store bildet.

### **Medlemskap hos treningsstudio**

Pris på medlemskap og beliggenhet er det som veier tyngst når studentene velger hvor de skal trene. I tillegg viser tilbudet av gruppetimer, størrelse på senterne og andre fasiliteter seg som en medvirkende faktor, men som en mindre avgjørende del enn pris og beliggenhet. Hvor venner og bekjente trener, er også en medvirkende faktor for enkelte.

## **4.2 Tolkning av resultater fra spørreundersøkelse**

I svarene fra den gjennomførte spørreundersøkelsen vises det, som i dybdeintervjuene, et overordnet blikk om at treningsmotivasjonen i stor grad er basert på indre motivasjon. I den kvantitative undersøkelsen definerte vi både trening og motivasjon for respondentene, slik at de skulle vite hva begrepene innebar. Trening ble definert som planlagt fysisk aktivitet, for å forbedre/opprettholde fysisk og psykisk form. Motivasjon ble definert som "bakgrunnen til at du gjør som du gjør".

Vi spurte om hvor ofte respondenten trener, og ga alternativene 0-2 økter i uken, 3-4 økter i uken, 5-7 økter i uken og mer enn syv økter i uken. Forventningene fra vår side var at flesteparten skulle havne i gruppen som trener 3-4 ganger i uken, basert på egne erfaringer og ikke minst hvordan vi oppfatter aktivitetsnivået til våre medstudenter. Det vi var mest spente på, var om de oppgitte motivasjonsfaktorene skulle sprike fra de respondentene i dybdeintervjuene oppga. Fordi vi regnet med at folk synes det er lettere å være helt ærlige når de er totalt anonyme, og antagelsen var da å få flere svar basert på ytre motivasjon. Nettopp fordi dette kan oppleves tabu å ha som grunn til å gjøre noe, men fordi egne erfaringer er at mange medstudenter har et slikt fokus.

### **0-2 økter i uken**

Resultatene viste at 14 % av respondentene trener 0-2 økter i uken, og gjennomsnittsalderen i denne gruppen lå på 23 år. Motivasjonen ligger hovedsakelig i fokus på helse, og for å føle seg bra. En sunn livsstil blir poengtert flere ganger, og det gjennomgående fokuset er følelsesbasert indre motivasjon. Riktignok oppgir én at

dårlig samvittighet er motivasjonen for å trene, og en annen skulle gjerne trent mer, men føler seg ikke tilfreds på treningssenteret, fordi hun er redd for å gjøre noe feil.

### **3-4 økter i uken**

49 % av respondentene oppga å trene 3-4 økter i uken. Gjennomsnittsalderen i denne gruppen lå også på 23 år. Ettersom antallet svar er størst her, spriker også motivasjonsdriverne. Det store flertallet oppgir likevel personlig helse og velvære som de viktigste grunnene, så også her er indre motivasjon en viktig faktor. I tillegg er det en del som oppgir sosiale faktorer, som at det er gøy å trene med venner, ha små konkurranser med kjæresten, og at trening oppleves som et tidsfordriv. Som nevnt; det store flertallet oppgir helse og velvære som motivasjonsfaktorer, og det er det å kunne føle at en har en sunn og frisk kropp som går igjen blant svarene. Altså baserer holdningene seg på kunnskap om hva trening medfører, så vel som følelser, både på kort og lang sikt. Ettersom det er flest i denne gruppen, er det også her motivasjonsfaktorene for videre påvirkning trolig ligger.

### **5-7 økter i uken**

Av de 152 respondentene oppga 36 % å trene 5-7 økter i uken. Gjennomsnittsalderen var 22 år. Også her dominerer ”helse” som motivasjonsfaktor, og det legges i stor grad vekt på å ha en kropp som er opplagt i hverdagen, og som kan takle studier, å gå opp en bakke uten å bli sliten, holde seg frisk, sove bedre og generelt føle seg i OK form. En svarte ”trening gir meg økt livsglede” og dette virker å være essensen av de aller fleste svarene om motivasjon. Det estetiske blir, ikke overraskende, nevnt i denne gruppen også, og det er det å bli tynnere som går igjen. Mindre fokus på utseende i denne gruppen, enn hos de som trener noen færre økter i uken. Mer fokus på resultater og prestasjon hos de som trener mer, og innenfor denne kategorien er det det å bli raskere og sterkere som går igjen. Noen påpeker i tillegg det sosiale, både ved fellesskap, og det å bli inspirert av andre mennesker, som står på for å nå sine mål.

### **Mer enn syv økter i uken**

Den siste 1 % av respondentene hadde en gjennomsnittsalder på 19,5 år. Disse oppga ”å bli best i verden i min idrett” og ”helse” som motivasjon for sin trening.



Vår antakelse, om at flesteparten skulle havne i gruppen som trener 3-4 økter i uken, viste seg å stemme. Som nevnt tidlig i avsnittet, er det denne oppfatningen vi har av hyppigheten av treningen til studentene rundt oss. Motivasjonsfaktorene for dette viste seg også her å fravike fra vår hypotese, om en stor grad av ytre motivasjon.

### **4.3 Resultater totalt, i sammenheng med teori**

På bakgrunn av den kvalitative undersøkelsen kommer det frem at det hovedsakelig er indre motivasjon som driver de valgte Oslo-studentene til å trene, og at holdningen til trening i stor grad er positiv. Det samme gjelder treningssentrene i Oslo, som flere ganger blir nevnt til å være moderne og ha et bredt tilbud, til både studentene selv, og andre kundegrupper.

Som nevnt i 2.2.1 Trekomponentmodellen er en holdning en lært predisposisjon til å opptre på en konsistent måte, positiv eller negativ, til en viss sak eller et visst objekt. Svarene fra den kvalitative undersøkelsen viser at Oslo-studentene har en positiv holdning til trening, i hovedsak basert på en kombinasjon av alle de tre komponentene. Ut i fra svarene som ble gitt ser det ut til at komponentene for følelser og intensjon i større grad påvirker holdningen til trening, men at den kunnskapsbaserte komponenten ikke spiller like stor rolle. Samtidig er det rimelig å anta at ettersom intensjonen gjennomgående baserer seg på å ha god helse, og ta vare på kroppen sin, spiller kunnskapen en større rolle enn det som kommer frem direkte.

Denne kognitive delen handler om at personen blir bevisst og opplever forståelse, og uten kunnskap om hva som utgjør god helse og hvordan dette kan oppnås, ville ikke intensjonen hatt like solid påvirkning fra kunnskapsdelen. Studentene vet at trening innebærer goder de kan oppnå, ved å handle på en konkret måte. Hvilket treningsstudio som blir valgt er i stor grad preget av den kunnskapsbaserte delen, og det er dermed viktig for treningssentrene å gjøre seg synlige, samtidig som de danner et positivt bilde av seg selv i studentenes oppfatning. Dermed kan de påvirke følelsesaspektet av holdningen, og forhåpentligvis skape en positiv holdning til både trening og det valgte treningssenteret.

TRA-modellen går inn på forbrukerens subjektive norm, noe det er logisk å anta at spiller en rolle når det kommer til Oslo-studentenes holdning til trening. Ettersom mange bor i kollektiver, i tillegg til at studietiden er en meget sosial periode, kan vi trekke slutningen om at studentenes holdning påvirkes av nettopp alle disse menneskene rundt. For eksempel kan en romkamerats kommentarer om at han skulle ønske han var like flink til å trene, virke som en forsterkende bekreftelse på at forbrukeren mener at trening er positivt. Dette kommer frem som en noe ubevisst faktor i flere av svarene, både i den kvalitative og den kvantitative undersøkelsen. Det at trening oppleves å være sosialt og gøy, kan på både kort og lang sikt virke inn på den totale holdningen til trening. (Schiffman m.fl. 2011, 240)

Ikke bare påvirker dette om en person trener eller ikke, men også hvor. I den kvalitative undersøkelsen ble studentene spurt hvorfor de valgte å trene på det treningssenteret de gjorde, og det kom frem at enkelte tok utgangspunkt i hvor bekjente trente. Dette kan tolkes som at holdningen til treningssentret allerede var ansett som positiv blant mennesker som studentene hadde tillitt til, og at holdningen dermed ble mer positiv enn om studentene selv skulle dannet en uavhengig holdning til det samme senteret.

Det er med tanke på modellen for motivasjonsprosessen at de merkbare forskjellene i undersøkelsene kommer frem. Prosessen starter med behov og ønsker, og dette setter dermed grunnlaget for hvordan motivasjonen dannes. For de aller fleste respondentene baserer dette behovet seg på å vedlikeholde god helse, og ha et overskudd i hverdagen, noe som fører til at neste punkt, spenningen, altså evnen til å holde interessen, trolig ikke svinger veldig, men er moderat over tid. Dette fordi det å vedlikeholde helsen ikke nødvendigvis merkes som store forskjeller fra én måned til den neste, men som et stabilt moment året gjennom. Selv om det kanskje ikke er noen positiv svingning, er det heller ingen negativ, og det i seg selv kan oppfattes som noe svært positivt.

Som en motsetning kommer de som påpeker det er ønsket å bli tynnere eller å gå ned i vekt. Disse har uoppfylte ønsker, som gjør at de ikke er på samme spenningspunkt som ved forrige eksempel. Her blir det snakk om å handle for å oppnå noe konkret, og enkelt målbart, som går på kroppslige faktorer. Nettopp på grunn av dette vil

spenningen kunne variere i stor grad, fordi syn på egen kropp og selvbylde kan variere på alt fra månedsbasis til dagsbasis. Her er det altså større risiko for at motivasjonen for trening kan svinge mellom å være på topp, til å nærmest ikke eksistere, på svært kort tid. Når intensjonen er basert på ytre faktorer, kan det også antas at følelsesaspektet dominerer i større grad enn kunnskapsaspektet av holdningen. Dette påvirker motivasjonen i form av at en positiv holdning ikke oppfattes å være avgjørende for handling hos disse menneskene.

En uhøytidelig samtale med en personlig trener hos et stort SATS-senter i Oslo, bekrefter funnene ytterligere. Han poengterer at selv om en del av studentene som er kunder har et ønske om å stramme opp kroppen, eller gå ned et par kilo, er det et betydelig større fokus på prestasjon, og det å kunne danne gode treningsrutiner med en trener, for å kunne fortsette med dette på egenhånd etter endt samarbeid, for å ta vare på helsen sin. Kundene fokuserer også på det å ha avbrekk fra en stillesittende hverdag, slik enkelte av respondentene i både den kvalitative og den kvantitative delen påpeker at er med på å motivere dem for trening. At enkelte studenter har lite kunnskap om trening, og hva det faktisk kan gjøre med hvordan en opplever egen livskvalitet, påpeker han som noe som bør forandres på. Å formidle kunnskap som en del av en markedsstrategi, fremfor å kun spille på forbrukernes følelsesmessige komponent, ville på sikt kunne bidra til at flere ville hatt en enda mer positiv holdning til trening og de tilbudene treningssentrene har, mener han.

#### **4.5 Idéer for markedsstrategier**

I den kvalitative delen påpekes det at for noen oppleves det som ubehagelig å trene alene, flere opplever en risiko fordi de er redde for å gjøre noe feil og dermed bli sett rart på av de andre på studioet. Dette kan handle om en frykt for å ikke bli godtatt av en sosial gruppe, og ikke oppnå er følelse av sosial tilhørighet. En strategi for å løse denne problemstillingen kan være vervekampanjer, hvor man premierer medlemmer som verver nye medlemmer. Ved å gjøre dette viser treningssentrene at de setter pris på vervingen og ønsker det nye medlemmet velkommen med en liten gave. Medlemmet har da muligheten til å trene sammen med en venn og den sosiale risikoen reduseres. Gaven kan også bli verdsatt og medlemmet kan da ende opp med en mer positiv holdning til senteret i forhold til utgangspunktet. I denne kampanjen

kan det også legges ved et ekstra element og en fordel. Det kan tenkes at enkelte studenter er villige til å trene innenfor mer begrensede tidspunkter enn hele senterets åpningstid, om dette gjøres til en redusert medlemspris. Dette kan være en del av kampanjen, for å oppfordre studenter til å trene mer og senteret reduserer prisen noe som gjerne ses på som positivt av en student med begrensede ressurser. I reklamer og kampanjer kan det poengteres at en kan oppnå de samme helsegevinstene og får de samme resultatene til en billigere pris.

Ut i fra analysene kan det se ut til at funnene i den kvalitative undersøkelsen til dels motbeviser tidligere hypotese. Denne antok at det i stor grad er ytre motivasjon som er avgjørende i for hvorfor Oslo-studenter trener. Det må likevel tas høyde for at resultatene ikke sikkert er representativt, ettersom det i den kvantitative undersøkelsen er flere svar som viser til at ytre motivasjon er den avgjørende grunnen til trening. Likevel er det færre som har oppgitt dette totalt i analysene som er gjennomført enn først antatt. Indre motivasjon hvor helse og velvære står i fokus, er altså en stor del av grunnen til at aktive Oslo-studenter velger å trene.

Fordi funnene viser til at det er indre motivasjon som dominerer til trening, kan det ligge en økonomisk gevinst for treningskjedene i å basere kampanjer på nettopp dette. Helsegevinstene en kan få fordeler av ved hjelp av trening er for mange allmennkunnskap, men det å påminne målgruppen om dette kan bidra til at kunder som mottar denne informasjonen får et mer reflektert forhold til disse fordelene. Dybdeintervju viser at indre motivasjon er triggerpunktene for respondentene og dette utløser deres treningsatferd, det er denne motivasjonen treningsstudioene bør fokusere på. En kampanje som baserer seg på helsegevinster ved trening kan utløse en refleksjonsprosess hos forbrukeren og denne prosessen kan føre til at forbrukeren opplever dette som en motivasjonsfaktor til å starte med aktiv trening.

Ved å satse på denne indre motivasjonen viser også treningsstudioer at de setter kundene sin helse høyt, og dette kan være et differansepunkt som gjør at de skiller seg fra konkurrentene. Basert på egen erfaring og observasjon av kampanjer gjort av treningsstudioer i Oslo kan det sies at mange handler kun om å få inn medlemmer fort for å tjene penger, ikke fordi studioene virkelig interesserer seg for medlemmene. Et eksempel her er en kampanje fra Fresh Fitness som lød: ”Du vet den dårlige

samvittigheten som sier at du burde trene. Den som hele tiden prøver å få deg til å begynne i morgen ... den blir litt mindre for 199,-” Flere kampanjer baserer seg også på at treningsstudioer skal hjelpe deg med å få den perfekte kroppen til sommeren. Disse kampanjene baserer seg på ytre motivasjon, og egne erfaringer viser at denne strategien ikke øker tillitten mottakeren har til om treningsstudioet faktisk vil mottakeren sitt beste. Ofte kan det oppleves som at flere senterer kun er interesserte i å tjene penger, og at de bruker din for eksempel dårlige samvittighet til å oppnå dette.

Ved å satse på en indre motivasjon og engasjere målgruppen i helsegevinstene kan senteret aktivere studenter, og skille seg fra taktikken til konkurrentene som i stor grad handle om ytre motivasjon. Ved å legge en ny strategi som omhandler indre motivasjon og engasjerer målgruppen i helsegevinstene ved trening kan senteret bruke dette til å skille seg fra konkurrentene. I Oslo er det mange senterer som tilbyr forbrukere trening, og ved å legge en annen taktikk enn andre sentre kan dette brukes som et differensieringspunkt og det kan gjøre at senteret skiller seg ut. På lengere sikt kan dette være med på å bygge omdømmet til senteret, fordi de da viser en oppriktig interesse for medlemmene sin helse.

For å gjennomføre denne kampanjen kreves det mye kommunikasjon fra senteret ut til kundene, og denne må være to-veis. Fordi målgruppen er en gruppe unge mennesker som i stor grad sosialiserer seg over nettet kan sosiale medier være kanaler som kan hjelpe til med å skape denne kommunikasjonen. Etter å ha fått potensielle kunder og inaktive eksisterende kunder i dialog kan treningssentret skape en relasjon til kundene og dette kan gi kunden et svært positivt syn på bedriften. En positiv konsekvens av dette synet kan være at senterets omdømme blir positivt. Kundene er da mer trofaste mot bedriften og velger disse fremfor konkurrentene, fordi senteret viser en oppriktig interesse for medlemmene sin helse, og ser de ikke kun som en mulighet til å tjene penger.

Indre motivasjon kan handle om å sette mål for seg selv uavhengig av sosialt press. I tillegg til å kommunisere ut helsegevinster kan treningsstudioer etter å ha startet en refleksjonsprosess hos kundene hjelpe de med å sette sine egne mål. Ved å gjøre dette setter de først i gang en prosess hos forbrukeren og gjennom en samtale opptrer de som en viktig bidragsyter til å føre kundens motivasjon over til handling. Samtalen

om helsegevinster setter i gang refleksjonsprosessen og målsettingen hjelper med å sette motivasjonen fra refleksjonsprosessen ut i handling.

Som vist i TRA-modellen, i avsnitt 2.2.2 TRA-modellen, er også personlige normer med på å påvirke intensjonen om å handle. Altså spiller de sosiologiske underforståtte reglene inn på intensjonene for handling, noe som går dypere inn på i avsnittene som følger 3.3 Kultur. Det kan antas at Oslo-studenter lever i relativt ulike miljøer, der alle disse faktorene spiller inn, og markedsstrategier må derfor ta hensyn til at de personlige normene i stor grad kan variere, selv om målgruppen er av begrenset omfang. Det kan for eksempel tenkes at de som studerer for å gå ut i aktive yrker, vil ha lettere for å bli mer aktive, enn de som studerer for å gå ut i stillesittende og lite fysisk krevende yrker.

SATS har tidligere kjørt en kampanje som omhandlet motivasjon, hvor kunden fikk en liten gave dersom vedkommende trente et viss antall ganger over en gitt tid. Dette er en kampanje som baserer seg på motivasjon, men den er kortvarig. Etter den gitte tiden er over risikerer man at kunden havner tilbake i gamle vaner og treningen uteblir. Foreslått kampanje i denne oppgaven handler om å gå enda dypere i hva som motiverer kundene, og kommunisere ut helsegevinster for å oppnå en refleksjon hos kunden og veilede. Ved å gjøre dette er kunden delvis delaktig i prosessen og målet er å finne en indre motivasjon som opprettholdes over tid.

Dersom kunden verdsetter denne relasjonen treningsstudioet bygger kan det også føre til at de snakker positivt om bedriften til andre potensielle kunder og kjennskapen til senteret kan øke. Formålet med den sosiale medier kampanjen er altså å bygge en relasjon til potensielle og eksisterende medlemmer innenfor målgruppen ved hjelp av to-veis kommunikasjon. Dette kan igjen føre til nye medlemmer, aktivisering av eksisterende medlemmer, skape differensieringspunkter til konkurrentene og bygge et godt omdømme.

## 5.0 Konklusjon

Det er i stor grad indre motivasjon som gjør at Oslo-studenter trener. Fokuset på gevinstene av trening er stor, og det er mestringfølelse og overskudd som oppleves å være drivere for motivasjonen. Kroppsfokus og press fra omverden har en rolle i hvordan studentene forholder seg til egen trening, og det dominerer holdningen til enkelte, men denne gruppen er et mindretall. Disse funnene viker fra vår hypotese, ettersom vi antok at flere ble drevet av ytre faktorer. Selv om de innsamlede dataene fra den kvantitative undersøkelsen til dels hadde en annen fordeling av motivasjonsfaktorer, var det gjennomgående likt fokus der, som i den kvalitative undersøkelsen.

Holdningen til trening er totalt sett positiv blant Oslo-studenter, og et fellestrekk er kunnskapen om de helsefordelene det å trene fører med seg. De innsamlede dataene viser at mange har gode rutiner på treningen sin, på tanke på at de trener flere ganger i uken.

## 6.0 Epilog

Det at vi valgte å gjennomføre en kort kvantitativ undersøkelse, er en avgjørelse vi er glade for. Vi fikk bekreftet at svarene fra den kvalitative delen var brukbare, og at det var en stor felles oppfatning om hva som motiverer til trening.

### 6.1 veien videre

Herzbergs to-faktorteori baseres på en studie gjort av Herzberg, som viser hvilke forhold som skaper positive og negative holdninger til arbeidsplassen til respondentene i undersøkelsen. Studien konkluderer med at faktorene som skapte positive følelser til arbeidsplassen var forskjellige fra de som skapte negative følelser. Grunnlaget her kan videreføres til denne oppgaven fordi det forteller at det som skaper positive holdninger til trening ikke nødvendigvis tilsvarer det som skaper negative. En hypotese er at mennesker motiveres til trening fordi de føler en tilfredsstillende når de oppnår ønskede mål og ser resultater, men mangelen på struktur på treningsstudioet kan føre til at man mister motivasjonen. I denne oppgaven ligger fokuset på hva som motiverer til å trene, man bør i tillegg ta til betraktning at det kan

finnes andre forhold som demotiverer respondentene til å trene. Ved å undersøke hva hvilke forhold som demotiverer til trening er det mulig man vil finne interne forhold i treningsstudioene som kan virke demotiverende. Eksempel kan være dårlig renhold eller dårlig ledelse, dette bør hvert enkelt treningsstudio undersøke.

Hovedteorien i oppgaven tar for seg motivasjon og holdning, to store psykologiske områder som ofte er gjeldende for fler aktører en kun de i treningssektoren. Formålet har vært å finne mer informasjon om motivasjon, og hva som utløser ønsket atferd hos forbrukere. I dette tilfellet har det vært å bli aktive medlemmer hos et treningsstudio. Det er nærliggende og tenke at resultatene avdekket også kan ha en nytteverdi for flere aktører, for eksempel innen markedsføring. I markedsføringsfaget handler det mye om å selge et produkt til kunder og for å gjøre dette må man finne faktorene som utløser denne ønskede atferden, som er å kjøpe. Denne oppgaven har tatt for seg disse faktorene bare til en annen målgruppe. Videre undersøkelser kan bli gjort av interesserte aktører for å finne om nytteverdien avdekket i denne oppgaven også kan overføres til deres fagområde.

## **6.2 Hva vi kunne gjort annerledes**

I startfasen av oppgaven ble treningskjeden SATS benyttet som en arbeidsgiver og undersøkelsen skulle tilpasses slik at de fikk en størst nytteverdi og konkrete markedstiltak. Dette fjernet vi oss fra da hovedelementene i oppgaven, motivasjon og holdning, sto uavhengig av hvilken treningskjede vi tilpasset oppgaven til.

Resultatene som ble avdekket kunne benyttes av flere aktører uavhengig av hvilket treningsstudio som sto som arbeidsgiver. Ulempen med dette valget er at vi nå ikke kunne se på de interne forholdene i bedriften og dersom noen aktører ønsker å implementere våre foreslåtte markedstiltak må videre undersøkelser bli gjort.

Deriblant om interne forhold og om våre forslag er i tråd med deres visjoner slik at kommunikasjonen blir konsekvent. Til tross for dette er vi fornøyde med avgjørelsen fordi det åpnet for muligheten til å kun fokusere på kjernen i oppgaven; motivasjon og holdning, uavhengig av aktør.

I utviklingen av oppgaven kom det frem flere objekter det kunne vært interessant og intervju for å gi oppgaven er større dybde. Utgangspunktet var å gjennomføre



dybdeintervjuer av Oslo-studenter til vi følte vi hadde nok informasjon om deres kognitive prosesser. Dette utviklet seg videre til en gjennomføring av en kvantitativ undersøkelse for å kunne sammenligne disse resultatene med dybdeintervjuene, for å se om det var noen distinkte forskjeller i svarene. Deretter så vi behovet i å få innspill fra noen som daglig jobber i et treningsstudio som kunne komme med personlig erfaring på hva deres kunder sier. Derfor gjennomførte vi intervjuer med personlige trenere som jobber på treningsstudioer i Oslo. Etter at vi utvidet gruppen respondenter fikk vi en større verdi i resultatene fra den kvalitative undersøkelsen, fordi det ga en større dybde og et sammenligningsgrunnlag. Ønsket er at vi hadde hatt lengre tid, og dermed kunne intervjuet flere respondenter, som for eksempel motstridende grupper, deriblant de som trener svært mye og de som ikke trener i det hele tatt. På grunn av tidsmangel ble dette dessverre ikke en mulighet, men vi har et ønske om at undersøkelsen kan tas videre senere for å få en større bredde og forståelse av målgruppen studenter. I tillegg hadde det vært interessant å ha en studie over tid, som kunne fulgt den samme gruppen studenter, og sett på variasjoner i motivasjonen, ettersom vi mistenker at den svinger i lag med både årstider, trender og for eksempel eksamensperioder.

I markedsstrategien ble det nevnt at noen studenter kan oppleve det som positivt dersom treningsstudioer tilbyr en begrensete treningstider til en redusert pris. Dette må ses i forhold til treningstilbudet som eventuelt allerede finnes for studenter og hvor høyt studenter ville verdsatt dette tilbudet.

Undersøkelsesdesignet vi valgte kan ha hatt en innvirkning på resultatene i oppgaven. Fordi det er en så personlig ting oppgaven undersøker kan det hende folk gir svar de kunne ønske var tilfellet fremfor hva realiteten faktisk er. Flere tiltak er gjort for å forhindre dette, som at en person har foretatt intervjuene og grunnlaget for tolkning dermed er likt ved alle respondenter, og flere undersøkelser med ulike design har blitt gjort for å teste reliabiliteten i den sentrale metoden som er kvalitativt design. Til tross for dette må det tas høyde for at selve designet kan ha hatt en innvirkning i presenterte resultater.

Tidligere i oppgaven ble undersøkelser av aktivitetsnivået til studenter i Oslo presentert for å sette treningskulturen i Norge inn i en kontekst. Disse tallene er ikke

geografisk representert, det er en tolkning basert på studenter i hele landet. For å få en mer nøyaktig kontekst kan videre undersøkelser gjøres for å se om det er noen geografiske forskjeller i aktivitetsnivået hos studenter.

## 7.0 Litteraturliste

- Aadland, Anita A og Yngvar Ommundsen. 2009. *Fysisk inaktivitet i Norge: Hvem er inaktive – og hva motiverer til økt fysisk aktivitet. 1/05. Lesedato: 10. Januar 2014:* <http://www.helsedirektoratet.no/publikasjoner/fysisk-inaktive-voksne-i-norge-hvem-er-de-og-hva-motiverer-til-okt-fysisk-aktivitet/Publikasjoner/fysisk-inaktive-voksne-i-norge-hvem-er-de-og-hva-motiverer-til-okt-fysisk-aktivitet.pdf>
- Bourdieu Pierre. 1995. *Distinksjonen: en sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Pax Forlag A/S
- Breivik, Gunnar og Kolbjørn Rafoss. 2012. *Fysisk aktivitet; omfang, tilrettelegging og sosial ulikhet – en oppdatering og revisjon*. Høgskolen i Finnmark, 12/12. Lesedato: 1. februar 2014: <http://www.helsedirektoratet.no/publikasjoner/fysisk-aktivitet-omfang-tilrettelegging-og-sosial-ulikhet-revisjon/Publikasjoner/Fysisk%20aktivitet;%20omfang,%20tilrettelegging%20og%20sosial%20ulikhet%20-%20revisjon.pdf>
- Brochs-Haukedal, William. 2011. *Arbeids- og lederpsykologi* 8 Utg. Oslo: Cappelen Damm AS
- Cialdini, B. Robert. 2011. *Påvirkning teori og praksis* 2 Utg. Oslo: Abstrakt forlag AS
- Gripsrud, Jostein. 2011. *Mediekultur, mediesamfunn* 4 utg. Oslo: Universitetsforlaget AS
- Hansen, Bjørge H. Elin Kolle og Sigmund A. Andersen. 2014. *Fysisk aktivitetsnivå blant voksne og eldre i Norge. Oppdaterte analyser basert på nye nasjonale anbefalinger i 2014*. Helsedirektoratet rapport. 1/05. Lesedato: 1. mai 2014: <http://helsedirektoratet.no/publikasjoner/fysisk-aktivitetsniva-blant-voksne-og-eldre-i->

norge/Documents/IS%202183%20Rapport%20oppdaterte%20anbefalinger%20fysisk%20aktivitet%20060514b.pdf

Jeffrey, Pauline S. 2013. "Physical Activity Behaviours, Motivation, and Self-efficacy among College Students." Syracuse University publisert i *College Student Journal* Vol. 47, Utg 1, 64-74.

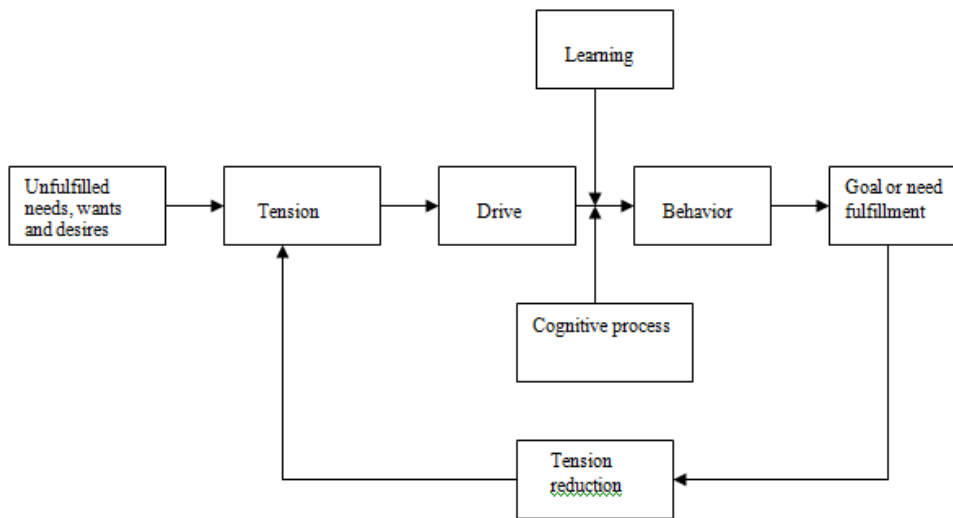
Johannessen, Asbjørn, Per Arne Tufte og Line Christoffersen. 2010. *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode*. 4 Utg. Oslo: Abstrakt Forlag AS

Kotler Philip. 2008. *Markedsføringsledelse* 3 Utg. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS

Lingjærde, Elizabeth S. 2012. "Øvelsene som får fart på sommerkroppen." *Dagens Næringsliv*. 6. mai. Oppdatert: 10. februar 2014. Lesedato: 6. mars 2014:  
<http://www.dn.no/dnaktiv/2012/05/06/ovelsene-som-far-fart-pa-sommerkroppen>

Schiffman, Leon G, Leslie Lazar Kanuk og Håvard Hansen. 2012. *Consumer Behaviour: a European Outlook*. England: Pearson Education Limited

## Vedlegg 1: Motivasjonsprosessen



Modell av Jeffrey F. Dugree fra "Observations: Translating Values into Product Wants" visuelt fremstilt av Schiffman, Leon G, Leslie Lazar Kanuk og Håvard Hansen. 2012. *Consumer Behaviour: a European Outlook*. England: Pearson Education Limited

Fase 1: Rammesetting	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bakgrunn og formål for samtalen</li> <li>- Anonymitet</li> <li>- Har respondenten noen spørsmål?</li> <li>- Informer om opptak <ul style="list-style-type: none"> <li>o Start opptak</li> </ul> </li> </ul> <p><b><u>Personalia</u></b>  <b>Alder:</b>  <b>Kjønn:</b>  <b>Bosted:</b>  <b>Sivilstatus:</b>  <b>Stuedsted:</b>  <b>Lønn/stipend:</b></p>
Fase 2: Erfaringer	<p><b>Holdninger til trening</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Hva slags erfaringer har du med trening generelt?</li> <li>2. Hva tenker du om trening på et treningsstudio?</li> <li>3. Trener du?</li> </ol> <p><i>Hvis ja på spørsmål 3:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Hvor trener du? <ul style="list-style-type: none"> <li>- Når startet du å trene?</li> <li>- Hvordan føler du deg etter du har trent?</li> </ul> </li> <li>5. Hva slags treningsrutiner har du?</li> </ol> <p><i>Hvis nei på spørsmål 3, hopp til fase 3.</i></p>
Fase 3: Nøkkelspørsmål	<p><b>Motivasjonsfaktorer</b></p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 3:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>6. Hvorfor trener du? Hva motiverer deg til å dra på trening? <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hva legger du i uttrykket motivasjon?</li> <li>- Forteller du andre om at du trener? Hvis ja, er dette en motivasjonsfaktor for deg, eller trener du uten å fortelle noen om det?</li> </ul> </li> </ol> <p><b>Følelser rundt SATS</b></p> <p><i>Hvis SATS på spørsmål 4:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. Hvorfor har du valgt å trene på SATS?</li> </ol>

	<p><i>Hvis ikke SATS på spørsmål 4:</i></p> <p><b>8. Hvorfor trener du på det stedet du gjør?</b></p> <p><b>9. Var SATS et alternativ for deg?</b></p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 9:</i></p> <p><b>10. Hvorfor valgte du ikke SATS?</b></p> <p><b>11. Nevn tre faktorer som spiller inn på ditt valg av treningssenter.</b></p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 9:</i></p> <p><b>12. Hvilke faktorer gjorde at SATS ikke var et alternativ?</b></p> <p><b>13. Nevn tre faktorer som spiller inn på ditt valg av treningssenter.</b></p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 3:</i></p> <p><b>14. Hvorfor trener du ikke?</b></p> <p><b>15. Hva skal til for at du begynner å trene på SATS?</b></p> <p><b>Uavhengig spørsmål</b></p> <p><b>16. Har du noen tanker om hva SATS kunne gjort for å få flere Oslo-studenter til å bli aktive medlemmer hos seg?</b></p>
Fase 4: Oppsummering	<p><b>17. Har jeg forstått deg riktig når du sier at...</b></p> <p><b>18. Er det noe du ønsker å legge til?</b></p> <p>Takk, og ta kontakt om du kommer på noe du ønsker å tilføye.</p>

Fase 1: Rammesetting	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bakgrunn og formål for samtalen</li> <li>- Anonymitet</li> <li>- Har respondenten noen spørsmål?</li> <li>- Informer om opptak <ul style="list-style-type: none"> <li>o Start opptak</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Personalialia</b>  <b>Alder:</b> 24 år  <b>Kjønn:</b> Jente  <b>Bosted:</b> Oslo, bydel Sagene  <b>Sivilstatus:</b> Singel  <b>Stuedsted:</b> Markedshøyskolen  <b>Lønn/stipend:</b> Begge deler. Fullt stipend og deltidsjobb ved siden av studiene.</p>
Fase 2: Erfaringer	<p><b>Holdninger til trening</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Hva slags erfaringer har du med trening generelt?</b> Jeg har drevet med ymse aktiviteter opp gjennom årene, spesielt mye ballspill. Fant aldri noe som fenet skikkelig, så da det ble mulig å melde seg inn på treningscenter som 16-åring, var det et naturlig steg for meg.</li> <li>2. <b>Hva tenker du om trening på et treningsstudio?</b> Jeg tenker det er bra at det har blitt så populært, så kan folk trene på den måten de selv ønsker, og i tillegg ligger de jo så godt til rette nå, at det ikke er vanskelig å finne et senter med passende beliggenhet for seg.</li> <li>3. <b>Trener du?</b> Ja.</li> </ol> <p><i>Hvis ja på spørsmål 3:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. <b>Hvor trener du? SATS.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Når startet du å trene?</b> (svart på tidligere)</li> <li>- <b>Hvordan føler du deg etter du har trent?</b> Jeg føler meg som regel fornøyd med meg selv, og blir glad for at jeg har startet dagen på en sånn måte.</li> </ul> </li> <li>5. <b>Hva slags treningsrutiner har du?</b> Jeg trener nesten alltid om morgenen, alle hverdager. I helgene har jeg gjerne andre planer, men de kan inkludere utendørstrening,</li> </ol>



	<p>som skiturer og skogsturer med venner og familie. Om sommeren er jeg mye mer i aktivitet ute, og da er aktivitetsnivået generelt en del høyere, fordi jeg går og sykler til nesten alt jeg skal.</p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 3, hopp til fase 3.</i></p>
Fase 3: Nøkkelspørsmål	<p><b>Motivasjonsfaktorer</b></p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 3:</i></p> <p><b>6. Hvorfor trener du? Hva motiverer deg til å dra på trening?</b> Jeg vil ta vare på helsen min, jeg vil vedlikeholde vekten, jeg vil bli sterkere og raskere, og jeg synes det gir en så god følelse i kroppen. Når man opplever å mestre noe man har øvd på lenge, gir det økt motivasjon for å fortsette, og bli enda flinkere. Jeg drar gjerne også på trening for det sosiale, man blir en liten treningsfamilie på enkelte sentre.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Hva legger du i uttrykket motivasjon?</b> Hm... Bakgrunnen til at man handler som man gjør, enten det er indre eller ytre motivasjon.</li> <li>- <b>Forteller du andre om at du trener? Hvis ja, er dette en motivasjonsfaktor for deg, eller trener du uten å fortelle noen om det?</b> Jeg legger ut en del treningsrelaterte bilder på Instagram, men utover det pleier jeg ikke å fortelle folk at jeg trener. Sosiale medier har gjort det mye lettere å få bekreftelse, og jeg tror nok dette er en større motivasjonsfaktor for meg, enn det jeg tør innrømme.</li> </ul> <p><b>Følelser rundt SATS</b></p> <p><i>Hvis SATS på spørsmål 4:</i></p> <p><b>7. Hvorfor har du valgt å trene på SATS?</b> Hovedsakelig beliggenhet, men jeg synes studentprisen er god, og i tillegg er tilbudet stort.</p>

	<p>Kjenner en hel del andre som trener på SATS, så det er gøy å kunne ta noen økter sammen i ny og ne.</p> <p><i>Hvis ikke SATS på spørsmål 4:</i></p> <p>8. ... 9. ...</p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 9:</i></p> <p>10. ... 11. ...</p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 9:</i></p> <p>12. ... 13. ...</p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 3:</i></p> <p>14. ... 15. ...</p> <p><b>Uavhengig spørsmål</b></p> <p><b>16. Har du noen tanker om hva SATS kunne gjort for å få flere Oslo-studenter til å bli aktive medlemmer hos seg?</b> Egentlig ikke. Jeg synes de retter seg godt mot studenter, og det virker som de jobber hardt for å holde senterne moderne og fine. Det kunne kanskje vært mulig å ha et studentmedlemsskap til en billigere pris, med andre vilkår. For eksempel å ikke kunne dra på timer, bare trene før kl 16, eller noe slikt, men da kan man jo eventuelt benytte seg av en mindre kjede. SATS skal på en måte være hele pakka.</p>
Fase 4: Oppsummering	<p>17. <b>Har jeg forstått deg riktig når du sier at...</b> (Oppsummerte svarene, og det ble bekreftet som korrekt)</p> <p>18. <b>Er det noe du ønsker å legge til?</b> Nei.</p> <p>Takk og ta kontakt om du kommer på noe du ønsker å tilføye.</p>

Fase 1: Rammesetting	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bakgrunn og formål for samtalen</li> <li>- Anonymitet</li> <li>- Har respondenten noen spørsmål?</li> <li>- Informer om opptak <ul style="list-style-type: none"> <li>o Start opptak</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Personalia</b>  <b>Alder:</b> 21 år  <b>Kjønn:</b> Gutt  <b>Bosted:</b> Oslo, bydel St. Hanshaugen  <b>Sivilstatus:</b> Samboer  <b>Studiested:</b> UiO  <b>Lønn/stipend:</b> Begge deler. Fullt stipend og deltidsjobb ved siden av studiene.</p>
Fase 2: Erfaringer	<p><b>Holdninger til trening</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Hva slags erfaringer har du med trening generelt?</b> Jeg kommer ikke fra en aktiv familie, jeg har vokst opp med at søndagstur er aktiviteten man driver med. Jeg begynte å spille tennis på ungdomsskolen, og spilte aktivt ca. 4 ganger i uken, noe som satte grunnlaget for videre treningsrutiner. Jeg sluttet på tennis rundt 18 års-alderen, og meldte seg med en gang inn i Elixia, for å fortsette med treningsrutinene.</li> <li><b>2. Hva tenker du om trening på et treningsstudio?</b> Jeg synes det er bra at det har blitt så utbredt. Tenker egentrening og løping på tredemølle.</li> <li><b>3. Trener du?</b> Ja.</li> </ol> <p><i>Hvis ja på spørsmål 3:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>4. Hvor trener du?</b> Treningshuset, St. Olavs gate <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Når startet du å trene?</b> (svart på tidligere)</li> <li>- <b>Hvordan føler du deg etter du har trent?</b> Jeg føler meg energisk og fornøyd.</li> </ul> </li> <li><b>5. Hva slags treningsrutiner har du?</b> Jeg trener om morgenen, annenhver dag, hele året. Løper for</li> </ol>

	<p>det meste, og tar gjerne litt styrke i tillegg. I sommerhalvåret foregår en del av treningen min ute, i form av løping i parker.</p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 3, hopp til fase 3.</i></p>
Fase 3: Nøkkelspørsmål	<p><b>Motivasjonsfaktorer</b></p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 3:</i></p> <p><b>6. Hvorfor trener du? Hva motiverer deg til å dra på trening?</b> Først og fremst fordi jeg liker det. For å bruke kroppen, som en motsetning til en inaktiv studiehverdag. Og for å vedlikeholde god helse, og for å se bra ut. Jeg begynte å løpe for å klare det, hadde hatt lyst til det lenge. En slik mestringsfølelse er også motiverende. De nevnte grunnene er grunnlaget for den daglige motivasjonen min til å dra på trening.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Hva legger du i uttrykket motivasjon?</b> Jeg tenker at det må være noe sånt som hvorfor en gjør som en gjør. Hva som trigger lysten til det, og som dermed er det indre motivet.</li> <li>- <b>Forteller du andre om at du trener? Hvis ja, er dette en motivasjonsfaktor for deg, eller trener du uten å fortelle noen om det?</b> Jeg publiserer noen bilder på Instagram, og skriver det på Twitter enkelte ganger. Ikke ofte, men synes det til en viss grad er motiverende de få gangene det skjer. Absolutt ikke noe avgjørende for treningen.</li> </ul> <p><b>Følelser rundt SATS</b></p> <p><i>Hvis SATS på spørsmål 4:</i></p> <p>7. ...</p> <p><i>Hvis ikke SATS på spørsmål 4:</i></p> <p><b>8. Hvorfor trener du på det stedet du gjør?</b> Pris, beliggenhet og størrelse. Trente på Evo tidligere,</p>

	<p>men de økte prisene, og tilbudet svarte ikke lenger til forventning og pris. Treningshuset ligger nærmere boligen min, og er i tillegg rimeligere.</p> <p><b>9. Var SATS et alternativ for deg? Ja.</b></p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 9:</i></p> <p><b>10. Hvorfor valgte du ikke SATS?</b> Beliggenhet og pris.</p> <p><b>11. Nevn tre faktorer som spiller inn på ditt valg av treningssenter.</b> Beliggenhet, pris og standard/tilbud sett i sammenheng med prisen.</p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 9:</i></p> <p>12. ... 13. ...</p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 3:</i></p> <p>14. ... 15. ...</p> <p><b>Uavhengig spørsmål</b></p> <p><b>16. Har du noen tanker om hva SATS kunne gjort for å få flere Oslo-studenter til å bli aktive medlemmer hos seg?</b> Bedre studentpris. Det kan riktignok hende at de har en god studentpris, men det synes jeg ikke kom godt frem av nettsidene. Uansett hvilke sentre jeg markerte som ønskede, fikk jeg samme ordinære medlemspris opp. Jeg gadd ikke oppsøke ytterligere informasjon, når den ikke lå lett tilgjengelig. Det må den nesten være, slik så mange andre kjeder har.</p>
Fase 4: Oppsummering	<p><b>17. Har jeg forstått deg riktig når du sier at...</b> (Oppsummerte hovedtrekkene, og fikk bekreftede nikk)</p> <p><b>18. Er det noe du ønsker å legge til?</b> Nei.</p> <p>Takk og ta kontakt om du kommer på noe du ønsker å tilføye.</p>

Fase 1: Rammesetting	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bakgrunn og formål for samtalen</li> <li>- Anonymitet</li> <li>- Har respondenten noen spørsmål?</li> <li>- Informer om opptak <ul style="list-style-type: none"> <li>o Start opptak</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Personalia</b>  <b>Alder:</b> 22 år  <b>Kjønn:</b> Jente  <b>Bosted:</b> Oslo, bydel Grorud  <b>Sivilstatus:</b> Singel  <b>Studiested:</b> Norges Kreative Høyskole  <b>Lønn/stipend:</b> Fullt stipend og deltidsjobb ved siden av studiene</p>
Fase 2: Erfaringer	<p><b>Holdninger til trening</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Hva slags erfaringer har du med trening generelt?</b> Vi har alltid vært en aktiv familie. Jeg begynte vel å danse som treåring, og har danset mye gjennom årene. Jeg sto også aktivt på slalåm og valgte å satse på det fremfor dansen etterhvert. Jeg har også vært innom både fotball, håndball og tennis.</li> <li>2. <b>Hva tenker du om trening på et treningsstudio?</b> Jeg synes trening på treningsstudioer er flott for alle, i og med at det finnes så mange muligheter. Spinning, pilates, boksing, styrketimer osv. Mulighetene er jo også mange for de som vil trene på egenhånd, eneste negative er vel at det ofte blir ved de maskinene eller tingene man vil trene på/med.</li> <li>3. <b>Trener du?</b> Ja.</li> </ol> <p><i>Hvis ja på spørsmål 3:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. <b>Hvor trener du?</b> Er medlem på både Elixia og SATS. <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Når startet du å trene?</b> Jeg meldte meg inn i Elixia da jeg var 15 år, i forbindelse med et dansekurs jeg var på der.</li> <li>- <b>Hvordan føler du deg etter du har trent?</b> Jeg føler meg sliten, men samtidig fylt med energi.</li> </ul> </li> <li>5. <b>Hva slags treningsrutiner har du?</b></li> </ol>

	<p>Treningsrutinene mine er egentlig veldig urutinerte. Jeg har faste dager jeg er med på spinningtimer. Det er vanskelig å sette opp en fast plan når man jobber forskjellige dager og tider, men jeg trener oftest 4-5 ganger i uken, og passer på å ikke trene de samme muskelgruppene dagene etter hverandre.</p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 3, hopp til fase 3.</i></p>
Fase 3: Nøkkelspørsmål	<p><b>Motivasjonsfaktorer</b></p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 3:</i></p> <p><b>6. Hva legger du i uttrykket motivasjon, og hva motiverer deg til å dra på trening?</b> Motivasjon er det som får meg til å komme meg opp av sofaen og på trening. Det kan være alt fra en venninne som maser, en treningsblogg, et program på tv, eller en sang. Jeg blir heldigvis motivert av mye, men jeg tror aldri jeg kunne klart å trene uten musikk. De som motiverer meg mest er faktisk de eldre på trening, som så vidt klarer å gå, men likevel har kommet seg dit. De motiverer så mye at jeg tenker ”kan de, kan i hvert fall jeg!”</p> <p><b>Forteller du andre om at du trener? Hvis ja, er dette en motivasjonsfaktor for deg, eller trener du uten å fortelle noen om det?</b> Det hender at jeg legger ut et bilde på Instagram eller sender på Snapchat, men da mest for å få med meg venner. For jeg har fått inntrykket av at mange ikke tør dra på trening av forskjellige grunner, men trenger å få noen med seg. Så da er det mer ”nå kom jeg meg på trening, da har ikke du noen unnskyldning!”</p> <p><b>Følelser rundt SATS</b></p> <p><i>Hvis SATS på spørsmål 4:</i></p> <p><b>7. Hvorfor har du valgt å trene på SATS?</b> SATS trener jeg egentlig bare på når jeg skal trene med svigerinnen min, som jobber der.</p>

	<p><i>Hvis ikke SATS på spørsmål 4:</i></p> <p><b>8. Hvorfor trener du på det stedet du gjør?</b> Elixia trener jeg på fordi det er så godt miljø, kort avstand til bolig og jobb, dyktige personlige trenere og et stort tilbud med forskjellige timer.</p> <p><b>9. ...</b></p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 9:</i></p> <p><b>10. ...</b></p> <p><b>11. Nevn tre faktorer som spiller inn på ditt valg av treningssenter.</b> Det er viktig at det er ryddig, godt med plass, variert saltilbud, men ikke minst et godt miljø. Føler alle seg velkommen, tror jeg også at folk får en bedre treningsøkt.</p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 9:</i></p> <p><b>12. ...</b></p> <p><b>13. ...</b></p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 3:</i></p> <p><b>14. ...</b></p> <p><b>15. ...</b></p> <p><b>Uavhengig spørsmål</b></p> <p><b>16. Har du noen tanker om hva SATS kunne gjort for å få flere Oslo-studenter til å bli aktive medlemmer hos seg?</b> Utvidet åpningstidene på flere sentre kanskje. Mange studenter har faktisk ikke mulighet til å trene før sent, også på fredager. Få et mer variert tilbud på flere sentre i Oslo, jeg vet at de i sentrum har et stort tilbud, men på for eksempel Grorud er tilbudet lite variert.</p>
Fase 4: Oppsummering	<p><b>17. Har jeg forstått deg riktig når du sier at...</b> (gjennomgikk spørsmålene, og fikk bekreftet poengene i svarene)</p> <p><b>18. Er det noe du ønsker å legge til?</b> Nei, tror jeg har sagt det jeg ønsket.</p> <p>Takk, og ta kontakt om du kommer på noe du ønsker å tilføye.</p>



Fase 1: Rammesetting	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bakgrunn og formål for samtalen</li> <li>- Anonymitet</li> <li>- Har respondenten noen spørsmål?</li> <li>- Informer om opptak <ul style="list-style-type: none"> <li>o Start opptak</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Personalia</b>  <b>Alder:</b> 24 år  <b>Kjønn:</b> Jente  <b>Bosted:</b> Oslo, bydel Østensjø  <b>Sivilstatus:</b> Samboer  <b>Studiested:</b> UiO  <b>Lønn/stipend:</b> Kun inntekt fra deltidsjobb</p>
Fase 2: Erfaringer	<p><b>Holdninger til trening</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Hva slags erfaringer har du med trening generelt?</b> Da jeg var ung og gikk på skolen prøvde jeg meg på ulike sportsaktiviteter. Både svømming, håndball og dansing. I tillegg til skiskole. Jeg fulgte det som var populært, men ble aldri spesielt god i noe av det, men gøy hadde vi det! Jeg gikk også en del på ski, og syklet med familien som barn. Dette dabbet litt av da jeg ble eldre, og gym var heller ikke et favorittfag på skolen. Jeg har heldigvis fått mer sansen for trening og fysisk aktivitet med tiden.</li> <li><b>2. Hva tenker du om trening på et treningsstudio?</b> For min del var det veldig uvant og jeg var redd for å gjøre ting feil eller bli sett rart på. Men har heldigvis forstått at de fleste er der for sin egen del. Jeg føler meg enda mer trygg hvis jeg er der sammen med noen da. Tenker at treningsstudio kan nok passe de aller fleste, det ser man jo også ut i fra hvor mange forskjellige mennesker som er der. Og jeg synes det er positivt at det finnes så mange forskjellige tilbud. Har ingenting negativt å si om det egentlig.</li> </ol>

	<p><b>3. Trener du? Ja.</b></p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 3:</i></p> <p><b>4. Hvor trener du, og når startet du å trene der?</b> Jeg trener på SATS, ble medlem der høsten 2011.</p> <p>- <b>Hvordan føler du deg etter du har trent?</b> Bra! Jeg føler mestringsfølelse og får alltid overskudd av det.</p> <p><b>5. Hva slags treningsrutiner har du?</b> Jeg prøver å veksle mellom treningscenter og å være ute på ski/jogge/gåtur. Målet mitt er å trene ca. tre ganger i uken, men jeg ligger nok ofte på kun to, siden jeg har vært dårlig til å prioritere trening i helgene. Jeg er som regel på en spinningtime i uken, i tillegg til å løpe og trene litt styrke.</p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 3, hopp til fase 3.</i></p>
Fase 3: Nøkkelspørsmål	<p><b>Motivasjonsfaktorer</b></p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 3:</i></p> <p>- <b>Hva legger du i uttrykket motivasjon, og hva motiverer deg til å dra på trening?</b> Motivasjon er det som gjør at man ser en glede i det man gjør, i tillegg til at man har et mål. Motivasjonen påvirkes både av egne tanker og ytre påvirkning. Jeg blir veldig motivert av å se hva andre får til, og ser derfor hva som faktisk kan være mulig for meg! Jeg blir også motivert når jeg oppnår resultater og blir flinkere i ulike øvelser. I tillegg til energi, overskuddet og godfølelsen man får etter å ha trent da.</p> <p>- <b>Forteller du andre om at du trener? Hvis ja, er dette en motivasjonsfaktor for deg, eller trener du uten å fortelle noen om det?</b> Ja, jeg har en åpen dialog om trening både med samboer, venner og kollegaer. Det kan nok påvirke</p>

	<p>motivasjonen litt, siden da blir det en naturlig del av hverdagen. I tillegg til at nesten alle jeg kjenner trener på en eller annen måte, gjør nok det noe med motivasjonen min.</p> <p><b>Følelser rundt SATS</b></p> <p><i>Hvis SATS på spørsmål 4:</i></p> <p><b>6. Hvorfor har du valgt å trene på SATS?</b> Det var fordi de fleste jeg kjente trente der, i tillegg til at de hadde sentre både nærmest hjemme og jobben jeg hadde på innmeldingstidspunktet. Jeg har valgt å fortsette der siden jeg er fornøyd med tilbudet, i tillegg til at de har OK priser.</p> <p><i>Hvis ikke SATS på spørsmål 4:</i></p> <p><b>7. ...</b> <b>8. ...</b></p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 9:</i></p> <p><b>9. ...</b> <b>10. ...</b></p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 9:</i></p> <p><b>11....</b> <b>12....</b></p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 3:</i></p> <p><b>13....</b> <b>14....</b></p> <p><b>Uavhengig spørsmål</b></p> <p><b>15. Har du noen tanker om hva SATS kunne gjort for å få flere Oslo-studenter til å bli aktive medlemmer hos seg?</b> Å ha et ekstra godt tilbud når det gjelder treningssentrene i sentrum, både når det gjelder åpningstider og saltilbudet, som jeg tror er grunnen til at mange velger SATS fremfor mange andre sentre. Studenter er også opptatte av pris, så studentprisen kunne vært mye</p>
--	---

	synligere markedsført. I tillegg bør de fortsette å ha fine sentre, med gode og oppdaterte treningsapparater og utstyr.
Fase 4: Oppsummering	<p>16. <b>Har jeg forstått deg riktig når du sier at...</b> (gjennomgang av intervjuet)</p> <p>17. <b>Er det noe du ønsker å legge til?</b> Nei, det var alt.</p> <p>Takk, og ta kontakt om du kommer på noe du ønsker å tilføye.</p>

Fase 1: Rammesetting	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bakgrunn og formål for samtalen</li> <li>- Anonymitet</li> <li>- Har respondenten noen spørsmål?</li> <li>- Informer om opptak <ul style="list-style-type: none"> <li>o Start opptak</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Personalialia</b>  <b>Alder:</b> 24 år  <b>Kjønn:</b> Gutt  <b>Bosted:</b> Oslo, bydel Sagene  <b>Sivilstatus:</b> Singel  <b>Stuedsted:</b> HiOA  <b>Lønn/stipend:</b> Begge deler. Fullt stipend og lån, pluss deltidsjobb</p>
Fase 2: Erfaringer	<p><b>Holdninger til trening</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Hva slags erfaringer har du med trening generelt?</b> Jeg var aktiv med fotball fra tidlig alder, ut ungdomsskolen. Fra videregående-tiden valgte jeg heller å fokusere på styrketrening, med fotball som en sosial greie ved siden av. Jeg har alltid vært glad i sport og aktivitet, så har i tillegg stått en del på snowboard og syklet en del.</li> <li>2. <b>Hva tenker du om trening på et treningsstudio?</b> Jeg gjør det stort sett hver dag selv, og liker både det sosiale ved det, og nå som treningssentrene har fått så godt utstyr, gir det store muligheter, for alle mennesker, med ulike mål, i ulike aldre.</li> <li>3. <b>Trener du?</b> Ja.</li> </ol> <p><i>Hvis ja på spørsmål 3:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. <b>Hvor trener du?</b> SATS, det varierer litt hvilket senter jeg går på, men hovedsakelig Spektrum og Akersgata.</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Når startet du å trene?</b> (svart på tidligere)</li> <li>- <b>Hvordan føler du deg etter du har trent?</b> Tilfredsstilt, både fordi jeg har fått bevege meg og jobbet videre mot målet mitt om å bli sterkere, samtidig som jeg har fått</li> </ul>

	<p>koble av i halvannen times tid, noe jeg ser på som viktig i en hektisk hverdag.</p> <p>5. <b>Hva slags treningsrutiner har du?</b> Jeg trener omtrent hver dag, noen dager tyngre enn andre. Tar meg gjerne en uke i ny og ne der jeg trapper veldig ned på treningen, for å komme sterkere tilbake de påfølgende uken. Jeg har den luksusen at jeg gjerne kan trene midt på dagen, det er jeg veldig glad for.</p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 3, hopp til fase 3.</i></p>
Fase 3: Nøkkelspørsmål	<p><b>Motivasjonsfaktorer</b></p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 3:</i></p> <p>6. <b>Hvorfor trener du? Hva motiverer deg til å dra på trening?</b> Jeg trener fordi jeg vil bli sterkere, og selvsagt fordi jeg synes det er gøy. Det har blitt en verdifull del av hverdagen min, og det skal mye til for at jeg ofrer den tiden for noe annet. Jeg motiveres av fremgang, og av at trening er et slags fristed. Man kan ikke holde på med eksamen samtidig som man trener, dermed blir treningen en slags egen boble.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Hva legger du i uttrykket motivasjon?</b> Det som gjør at mennesker gjør som de gjør, enten de er bevisste på det, eller ikke. Hva som er motivene bak handlingene våre.</li> <li>- <b>Forteller du andre om at du trener? Hvis ja, er dette en motivasjonsfaktor for deg, eller trener du uten å fortelle noen om det?</b> Jeg legger stadig ut treningsrelaterte bilder på Instagram, og det er naturlig for oss guttene i gjengen å prate om trening med hverandre. Vi har stort sett likt fokus, og lik bakgrunn, så det er klart det er gøy å følge hverandres utvikling, og ikke minst ha små interne konkurranser om å</li> </ul>

	<p>bli sterkere, raskere eller hva enn det måtte være.</p> <p><b>Følelser rundt SATS</b></p> <p><i>Hvis SATS på spørsmål 4:</i></p> <p><b>7. Hvorfor har du valgt å trene på SATS?</b> En kombinasjon av at de fleste kompisene mine trener der, at de har bra utstyr, OK pris og gode beliggenheter. Det med prisen ser riktignok ut til å falle bort, nå som de har justert den. Kommer nok til å fortsette å være medlem, men synes det er dårlig av dem.</p> <p><i>Hvis ikke SATS på spørsmål 4:</i></p> <p><b>8.</b> ...</p> <p><b>9.</b> ...</p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 9:</i></p> <p><b>10.</b> ...</p> <p><b>11.</b> ...</p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 9:</i></p> <p><b>12.</b> ...</p> <p><b>13.</b> ...</p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 3:</i></p> <p><b>14.</b> ...</p> <p><b>15.</b> ...</p> <p><b>Uavhengig spørsmål</b></p> <p><b>16. Har du noen tanker om hva SATS kunne gjort for å få flere Oslo-studenter til å bli aktive medlemmer hos seg?</b> De kunne nok målrettet seg litt mer mot studenter. Det kan virke som de flyter litt på den at de er store, så dermed blir de et naturlig valg for mange, men de viser i liten grad at de faktisk verdsetter den målgruppen, spesielt nå som de har justert opp prisen. Det er riktignok kjempebra at de ikke er så innpåslitne og irriterende som Elixia-selgerne.</p>
--	--

Fase 4: Oppsummering	<p>17. <b>Har jeg forstått deg riktig når du sier at...</b> (oppsummerte intervjuet, og føyde til et par ting som han ønsket å legge til)</p> <p>18. <b>Er det noe du ønsker å legge til?</b> Ja - litt mer utfyllende om egen motivasjon for trening.</p> <p>Takk, og ta kontakt om du kommer på noe du ønsker å tilføye.</p>
----------------------	--



Fase 1: Rammesetting	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bakgrunn og formål for samtalen</li> <li>- Anonymitet</li> <li>- Har respondenten noen spørsmål?</li> <li>- Informer om opptak <ul style="list-style-type: none"> <li>o Start opptak</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Personalialia</b>  <b>Alder:</b> 24 år  <b>Kjønn:</b> Jente  <b>Bosted:</b> Oslo, bydel Sagene  <b>Sivilstatus:</b> Singel  <b>Studiested:</b> NHCK  <b>Lønn/stipend:</b> Fullt lån/stipend + lønn fra deltidsjobb</p>
Fase 2: Erfaringer	<p><b>Holdninger til trening</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Hva slags erfaringer har du med trening generelt?</b> Jeg var vel innom stort sett alle mulige aktiviteter da jeg var mindre. Fotball, håndball, turn, basket, dansing, ridning... Sikkert mer. Så endte jeg vel mer eller mindre opp med å ikke gjøre noen av delene, og tenkte ikke mer over det. Da jeg begynte på videregående meldte jeg meg inn på treningsstudio, og frem til jeg var omtrent tjueen var det vel mest svadatrening der.</li> <li><b>2. Hva tenker du om trening på et treningsstudio?</b> Jeg synes det er topp at det legges så godt til rette for at begge kjønn og alle aldersgrupper kan få forme sin aktivitet ut i fra sitt nivå, og ikke minst liker jeg at det har blitt vanlig med utrolig god standard på senterne her i Oslo.</li> <li><b>3. Trener du? Ja!</b></li> </ol> <p><i>Hvis ja på spørsmål 3:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>4. Hvor trener du? SATS,</b> for det meste senteret i Akersgata, det er nærme både skole og jobb for meg.</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Når startet du å trene?</b> (svart på tidligere)</li> <li>- <b>Hvordan føler du deg etter du har trent?</b> Har økten gått bra, noe</li> </ul>

	<p>den som regel gjør, føler jeg meg kjempebra! Mestringsfølelse, overskudd og i det hele tatt tilfredsstillelse. Jeg elsker å jobbe mot å nå nye mål, og hver økt får meg nærmere, på ett eller annet vis, tenker jeg. Det føles bra!</p> <p>5. <b>Hva slags treningsrutiner har du?</b> Jeg trener seks dager i uken, kun styrketrening. Fordeler øktene på de ulike muskelgruppene, slik at det er rom for restitusjon og dermed god fremgang over tid. Som regel blir det trening på ettermiddagen, men noen ganger er det ikke forelesning før midt på dagen, og da hender det jeg trener tidlig. Det er riktignok deiligst å trene etterpå synes jeg, så kan man dra hjem for å dusje og spise.</p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 3, hopp til fase 3.</i></p>
Fase 3: Nøkkelspørsmål	<p><b>Motivasjonsfaktorer</b></p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 3:</i></p> <p>6. <b>Hvorfor trener du? Hva motiverer deg til å dra på trening?</b> Jeg trener fordi det får meg til å føle meg bra, og fordi det er så gøy! Både gøy der og da mens jeg holder på, men også på sikt, ved å se hva jeg kan oppnå og hvor langt jeg faktisk kan komme.</p> <p>- <b>Hva legger du i uttrykket motivasjon?</b> Jeg tenker at motivasjon er det som ligger bak de handlingene man gjør. Når det kommer til trening tenker jeg at motivasjon dreier seg om grunnen til at man trener, og ikke minst hvor dyp den grunnen er. Jeg tror at om man har kun fokus på utseende for eksempel, da er nok ikke motivasjonen like sterk, som hvis man fokuserer mer på å gjøre noe bra for seg selv, uavhengig av hva utfallet blir.</p> <p>- <b>Forteller du andre om at du trener? Hvis ja, er dette en motivasjonsfaktor for deg, eller</b></p>

	<p><b>trener du uten å fortelle noen om det?</b> Jeg legger gjerne ut noen bilder på sosiale medier i ny og ne, også prater jeg litt med venner om det. Men hovedsakelig er treningspratene forbeholdt de andre som trener på senteret samtidig som meg. Vi har blitt en liten gjeng, der ingen kjenner hverandre fra før av, men alle motiverer hverandre og bidrar med det de kan.</p> <p><b>Følelser rundt SATS</b></p> <p><i>Hvis SATS på spørsmål 4:</i></p> <p><b>7. Hvorfor har du valgt å trene på SATS?</b> Det vet jeg faktisk ikke, det bare ble sånn. En venninne og jeg skulle melde oss inn på et senter, og da ble det bare til at SATS var et naturlig valg. Det har nok noe med å gjøre at foreldrene våre skulle betale på den tiden, og at det nesten var mer opp til dem. Og de kjente til SATS fra før av, så da var det ikke stort mer å snakke om.</p> <p><i>Hvis ikke SATS på spørsmål 4:</i></p> <p><b>8. ...</b> <b>9. ...</b></p> <p><i>Hvis ja på spørsmål 9:</i></p> <p><b>10. ...</b> <b>11. ...</b></p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 9:</i></p> <p><b>12. ...</b> <b>13. ...</b></p> <p><i>Hvis nei på spørsmål 3:</i></p> <p><b>14. ...</b> <b>15. ...</b></p> <p><b>Uavhengig spørsmål</b></p> <p><b>16. Har du noen tanker om hva SATS kunne gjort for å få flere Oslo-studenter til å bli aktive medlemmer hos seg?</b> Jeg har</p>
--	--

	<p>inntrykk av at de kanskje er litt vel trygge på situasjonen sin i markedet, noe som på en måte bare skulle mangle, samtidig som det gjør at de fremstår litt ovenpå, noe som på sikt strider litt i mot konseptet om at de faktisk er avhengig av kundene sine. Studentfokuset er ikke det største, til tross for at jeg til tider har inntrykk av at mesteparten av medlemmene er studenter. Sikkert noe overdrevent, men det er i hvert fall svært mange unge medlemmer. I tillegg tenker jeg at de på sikt tjener på å få folk medlemmer i studietiden, fordi det da er større sjanse for at de fortsetter å være medlemmer etter endt studietid, noe som gjør at også SATS tjener mer på dem, med tanke på medlemspris og "spart" rekruttering. For å få studentene til seg tenker jeg at de bør markedsføre seg mer mot studenter, enn det de gjør i dag. Av det jeg har sett er det skolestartkampanje noen år, men utover det svært lite. Så der ligger det kanskje noe. I tillegg tenker jeg at de spiller lite på det faktum at de har utrolig bra utstyr, noe som er viktig for veldig mange unge.</p>
Fase 4: Oppsummering	<p>17. <b>Har jeg forstått deg riktig når du sier at...</b> (oppsummering)  18. <b>Er det noe du ønsker å legge til?</b>  Nei.</p> <p>Takk, og ta kontakt om du kommer på noe du ønsker å tilføye.</p>

## Vedlegg 10: Spørreundersøkelse 0-2 økter i uken

### **Ytre motivasjon**

Fordi jeg vil ned i vekt.  
Se bedre ut.  
kanskje gå ned litt i vekt  
Bedre utseende.

### **Sosiale faktorer**

Motivasjonen er der, men jeg føler meg ikke tilfreds på treningscenteret, fordi jeg er redd for å gjøre noe feil.

Lav motivasjon, trener derfor kun det jeg synes er gøy (ballsport).

En treningsdate med en venn, en ny gruppetime.

### **Indre motivasjon/helse/velvære**

Jeg vil komme i form, jeg vil ha en sunn livstil og mer overskudd

En bra kropp og god helse, spesielt til jeg blir gammel

At jeg får overskudd. Jeg sover også bedre når jeg trener.

Å holde meg frisk og rask.

Holde kroppen frisk

Bedre helse

Å bli sterkere

Behov for å unngå slitasjeskader /problemer med skulder, nakke og rygg.

Helse

Å være frisk og sunn

Få energi

Bedre psyke

Klare å løpe 5 km, og deretter 10 km.

Holde meg sunn og få overskudd

Vedlikehold av helse, holde meg i form.

Helse. For å føle meg bra.

Føles godt. Framgang både på løping og styrke. Mer fornøyd med kropp og sinn

Kropp og helse

Følelsen jeg får, endorfinrus, følelsen av å kjenne seg "bra", og følelsen av å kjenne at kroppen min får til det jeg ønsker at den skal få til.

Trening jeg trives med, helse

For å holde min psykiske helse oppe å gå, konsentrere meg bedre om studiene (ja, jeg får mye bedre konsentrasjon av å trene)

## **Ytre motivasjon**

Se resultater på kroppen.

Vise omverdenen at jeg er sunn og trener

Se det på kroppen

Håp om å få en flottere kropp

Sprettrumpe

At kroppen sakte, men sikkert forandres

Endre kroppssammensetning

Se bra ut i bikini.

Utseende

Bedre kropp

Er en fordel å se bedre ut!

Holde meg slank

Få en strammere kropp.

For å bidra til vektnedgang.

Holde vekta etter å ha gått ned 16 kg

Kroppen blir strammere.

Utseende

Mest av alt å få en bra kropp

Forandringer på utseendet er en bonus.

Strammere kropp.

To faktorer som kanskje ikke helt politisk korrekt å si; Jeg vil for all del ikke bli en del av den stadig økende fedmebølgen og følgene den bringer med seg, og det er en viss sosial status forbundet med å være i god form.

"Sportsidiot" er en del av min identitet, og det trives jeg veldig godt med.

Jeg ønsker å gå ned i vekt.

Å bli tynn

Ikke dumt å få litt større muskler sånn fysisk sett

Utseende

Utseende

Ønske om vektnedgang

Utseendemessige årsaker.

Utseende

Finere kropp

Strammere kropp(kunne ønske jeg ikke skrev det, men det må nok med dessverre)

## **Sosiale faktorer**

Ha det gøy og trene med venner.

Andre menneskers fremgang --> Inspirasjon

Idretten jeg driver med er morsom, og det sosiale rundt er veldig bra.

Andre flinke folk inspirerer

Fordi jeg har en drøm om å bli raskere enn kjæresten min, bare for moro skyld

Sosialt

At andre jeg kjenner trener

Andre mennesker som har oppnådd mye.

Sosialt

## Indre motivasjon/helse/velvære

Merke energien i hverdagen øke  
Det som motiverer meg er resultatene, at man blir bedre  
Få en bedre helse og bli ordentlig sunn!  
Fremgang og mestringsfølelse, og et ønske om god helse  
Ønsket om et godt og friskt liv.  
Å kunne føle seg vel i egen kropp.  
Helse! Frisk og sunn kropp også når jeg blir eldre!  
Holde meg i form, og holde vekten vedlike. Ønsket om å bli en bedre volleyballspiller  
Følelsen etterpå først og fremst. Energi til å ha lange dager på skolen.  
Avkopling fra stress.  
Overskudd i hverdagen, fysisk og psykisk styrke  
Helsefordelene og det å føle seg kvikkere, sterkere og mer våken i hverdagen.  
Å se fremgang. Å se at jeg klarer ting jeg ikke klarte før.  
Trening gir meg energi og overskudd i hverdagen, trening er GØY  
Ha en sunn og sterk kropp som kan takle en tung arbeidsdag.  
Har en slags hudsykdom som blir bedre når jeg trener.  
Gir meg mer energi.  
Det er gøy.  
Jeg synes det er gøy!  
Helse, sunn og sprek kropp, og få mer energi  
Å se fremgang, få mer energi og bedre humør, god samvittighet, det er gøy!  
En kropp som er sterk nok til å utføre yrket jeg skal ut i.  
Energien man får tilbake, og ikke minst en sunnere kropp som fungerer bedre i hverdagen  
Jobber i barnehage og jeg hadde vært langtidssykemeldt for lengst om jeg ikke hadde trent,  
pga. ryggen  
God helse  
Se resultater og vite at jeg gjør noe godt for kroppen min  
Fordi jeg trenger det - både fordi jeg blir i bedre humør, og fordi jeg vil forebygge  
eventuelle skader/problemer senere i livet.  
Fordi jeg vil - jeg trenger ting jeg synes er gøy, og treningen handler bare om meg. Deilig  
med et lite pusterom.  
Bedre helse  
Legge godt fysisk grunnlag for å bli eldre  
Overskudd  
Velvære og glede  
Funksjonell kropp  
Psykisk helse  
Fordi det er gøy  
Fordi jeg elsker å gå i fjellet og trening legger grunnlaget for å klare lange turer og komme  
meg til de toppene jeg vil.  
Fordi det gir meg overskudd og energi  
Fordi jeg ønsker å bli sterkere  
Bedre livskvalitet, bedre rustet til utfordringer, leve lengre med mindre sykdommer,  
bedre konsentrasjon, fordi det er gøy!  
Få en sunn og sterk kropp  
Vil føle meg vel i min egen kropp. Blir gladere, får mer overskudd når jeg trener.  
Overskudd/energi, føle meg bra  
Bedre selvfølelse

Jeg ønsker å gå ned i vekt (jeg er i fedmeklasse 3), forebygge livsstilssykdommer, bli mer opplagt, bli friskere og sunnere + leve lengre.  
Følelsen av å ha en sunn og velfungerende kropp med masse energi  
Jeg trener fordi jeg ønsker å ha en sterk kropp, jeg har en rygg som har vært vond en lang periode, men etter at jeg begynte å trene har den blitt mye bedre.  
Få mer overskudd i hverdagen.  
Få bedre holdning og utholdenhet.  
Holde meg i form  
Gir meg bedre humør og selvfølelse  
Bli sterkere  
Først og fremst helse, holde seg frisk. Ellers å være fysisk sterk nok til å klare meg bra i hverdagen,  
Være i passe god form.  
Klare å gå opp en bakke uten å bli sliten  
En sunn og sterk kropp, overskudd og godt humør  
Fremgang/forbedring av styrke/kondisjon, mer overskudd og energi i hverdagen,  
Mål om å løpe sentrumsløpet, bli sterkere og friskere,  
Helse  
Det å kjenne at jeg blir sterkere. I tillegg er trening/fysisk aktivitet nesten det eneste som hjelper om jeg har en dårlig dag.  
For å ha en god helse.  
Pga. ryggproblemer, for å ikke få smerter.  
For helse, for å bli sterk.  
God helse  
Kroppen føles ikke sliten med trening, sitter mye i hverdagen.  
Treningsglede, mestringsfølelse, kjenne at jeg "lever" (når blodet pumper og man jobber), helse, overskudd. Jeg elsker rett og slett å trene og det å bruke kroppen.  
Som student føler jeg at jeg bruker hele dagen sittende på en stol, og da er det helt fantastisk og absolutt nødvendig med aktivitet, helst ute i frisk luft.  
Utfordre kroppen og bli sterkere!  
Holde kroppen i gang, få ut frustrasjon, klare tankene, bli sliten.  
Gå ned litt i vekt etter usunt første år på universitetet, gjøre kroppen min sunn igjen og få tilbake kroppen jeg trivdes så godt i før, da den orket mer!  
God helse, mer energi til å være flittig student, legge et godt grunnlag til jeg blir eldre  
I tillegg blir jeg i bedre humør og mer opplagt i en hverdag som ellers består mye av å sitte stille på lesesalen.  
Forebygger skader/slitasjer (spesielt rygg smerter) og sykdom, gir mer energi, funker avkoblende og minsker stress, blir sterkere og gir mestringsfølelse.  
Jeg motiverer meg mye selv, hverdagen blir ikke det samme uten.  
Få bedre helse/livskvalitet  
Fremgang  
Å høre at jeg gjør det bra  
Ønske om å holde meg i form  
Sunnhet  
Gir meg livsglede, overskudd og gjør at jeg trives bedre i min egen kropp.  
Føles godt for kropp og sjel  
Gir en god følelse, er godt for kroppen, er god avkobling fra lange dager på lesesalen.  
Kunne ha en sterk og frisk kropp jeg kjenner meg vel i  
Å merke fremgang, følelsen det gir og at jeg vil ta vare på kroppen min  
Overskudd



Føler meg bedre

Overskudd i hverdagen

Helseårsaker

Resultater, helseeffekten

Helse og funksjonell kropp

Den gode følelsen det gir

Å få en pause fra en hektisk hverdag

Mestringsfølelse

Å ta vare på kroppen og helsa

Å føle meg sterk og sprek

Den gode følelsen treningen gir meg rett etterpå

Energien og gleden jeg får i kroppen av å trene regelmessig

Jeg liker å føle meg sterk

For å føle meg bedre.

God helse, økt energi og glede

For å føle meg bedre, få mer energi.

I hovedsak helse, både fysisk og psykisk, men også det å sette seg mål man kan jobbe mot og bli sterkere/raskere/bedre. Mestringsfølelse har mye å si

Jeg får mer energi og føler meg bedre. Det er rett og slett digg å svette.

## **Ytre motivasjon**

I hovedsak det å se bedre ut.

Utseende.

Estetikk

For å få en fin kropp

Bli tynnere

Se ok ut.

Utseende.

Gå ned i vekt

Å se bedre ut

Utseendet

Bli tynnere

## **Sosiale faktorer**

For det sosiale som er ved trening på treningssenter eller ute i naturen.

Samhold.

En fantastisk instruktør på senteret som gjør trening morsomt.

Ellers kan alt fra et blogginnlegg til et bilde med et sitat som treffer meg eller en bok også motivere litt ekstra noen dager. Å tenke at i dag trener også noen andre for å nå samme mål som jeg gjør at jeg presser meg litt hardere for å nå det først.

Det sosiale samholdet i svømmeklubben.

Gjennom samtale, observasjon osv. av andre mennesker. Mennesker som gir alt, som står på uansett hindre

Det er gøy og sosialt

Sosialt.

## **Indre motivasjon/helse/velvære**

Progresjon, måloppnåelse, opprettholde god fysisk og psykisk helse, presse meg selv til nye nivåer.

Føle meg bra, blir glad av det, helsemessige årsaker

En god og frisk kropp.

Overskudd i hverdagen.

Energi.

Fremgang, mestringsfølelse, merke endringer på kropp, følelse av velvære, godt for ryggen, godt for humøret, sosialt, givende, gøy!! Blir sterkere, overskudd, bedre søvn

Blir i bedre humør av det, får mer overskudd, forebygge for plager, og synes det er veldig gøy!

Ønsket om å holde meg frisk og opplagt, selv om store deler av dagen tilbringes på lesesalen.

I tillegg blir jeg motivert av å se fremgang.

Frisk kropp og god helse.

En sterk kropp

Overskudd i hverdagen

Bli bedre enn jeg var i går

En god helse, og alle gevinstene som ligger i det motiverer meg. Samt tanken på å bli sterkere.

En av hovedgrunnene til at jeg gjør det er fordi jeg synes det er gøy.

Frisk og sunn kropp. Bedre utholdenhet gir bedre konsentrasjon.

Egen fremgang, å nå målet mitt om å komme under overvektig grensa med tanke på bmi, slå mine egne personlige rekorder, å vite at jeg kommer til å våkne opp støl men med den beste følelsen jeg kan ha

Jeg blir glad av å trene. Vil dessuten bli sterkere og raskere.

Det er gøy, jeg føler meg bra og liker å utfordre meg selv!

Det er deilig og dagene blir mye bedre - får masse igjen for det!!!

Fordi det er en vane, er like naturlig for meg som å gå på skolen og gå på jobb

Fordi jeg har lyst på en sterk, sunn og funksjonell kropp

Fordi jeg elsker overskuddet det gir meg!

Overskudd og godt humør

Resultater

Holde meg i form, prestere bedre tider (driver med svømming), bli sterkere og mer fleksibel, Dagen blir bedre, jeg blir i godt humør, vil ha en sunn og frisk kropp til jeg blir gammel, vil ha en kropp jeg er fornøyd med og trives i.

Det er noe av det absolutt beste jeg gjør, slapper aldri av så mye som når jeg løper.

Få en sterkere og sunnere kropp som tåler mer.

Det som motiverer meg er den følelsen jeg kjenner på etter jeg har trent, men også den

"langsiktige følelsen", altså at jeg kjenner jeg fungerer bedre i hverdagen med fysisk aktivitet.

Det gir en enorm energi, og jeg føler meg tusen ganger bedre! Jeg blir også motivert av andre som trener, spesielt løping. Jeg liker så godt å løpe ute, og høre på alt rundt med i naturen og å la tankene fly. Denne frihetsfølelsen er også med på å motivere meg.

Fordi det er gøy.

God helse og den gode følelsen det gir

Helse, endorfiner, styrkeøkning, naturopplevelser, vektkontroll

Bedre helse, kunne gå raskere/lengre på ski/fjelltur, gøy å komme i bedre form og se fremgang.

Bedre helse, at jeg føler meg bra både fysisk og psykisk, mestringsfølelse/utfordre meg selv,

God helse, leve lenge og "problemfritt", energi, gøy!, mestring

Energien jeg får av det. Følelsen av å bli sterkere.

Å ha en sterk og sunn kropp som fungerer i hverdagen.

Jeg opplever stor mestringsfølelse!

Resultatene; løper fortere, løfter tyngre

Føler meg bra

Får mer energi og overskudd til å lese

Min "time-out"

For å føle meg sprek, rask og sterk, samt at det gir meg mye glede og energi.

Først om fremst er trening bra for helsen og gjør at jeg har en sterk og fin kropp.

Med trening sover jeg bedre om natten, har bedre regulert matlyst, bedre humor, bedre konsentrasjon på skolen.

I tillegg er det veldig nyttig å være både sterk og utholden!

God følelse under og etter trening, helse, kropp.

Det er gøy. Følelsen jeg får av å trene.

Energi og opplagthet i hverdagen. Samvittighet.

Mestringsfølelse, og følelsen av å mestre hverdagen litt bedre.

Føler meg bedre i min egen kropp.

Å ha en sunn kropp man kan leve med i 100 år.

Blir glad av det og slapper av.

Helse. Holde meg frisk. Energi til studier.

Bedre søvn, god kondisjon og generelt føle meg vel

Holde meg i form, bli sterkere, forbedre kondis

Velvære og bedre selvfølelse

Fordi det er en morsom og sosial hobby som i tillegg er bra for helsa.

Framgang/progresjon

Bruke kroppen til noko fornuftig

God helse

Få nytte naturen samtidig som eg trenar

God helse og en kropp å trives i!

Helse, mestring.

Bedre humør, energi og ikke minst selvfølelse.

Trening gjør meg glad og det er en del av den jeg er, jeg elsker følelsen av ei god treningsøkt der du virkelig har gjort det man kan, og endorfinrusen det gir.

Trening gir meg økt livsglede.

Det er på trening jeg kan koble ut alle tanker, og kun fokusere på treningen. En slags terapi.

Motivasjonen min til å trene er all gleden og mestringsfølelsen jeg får fra det.

Jeg blir motivert av å se framgang, og jeg blir motivert av å vite at jeg gjør noe bra for min egen helse.

Den gode følelsen etterpå, mestringsfølelsen, framgang og at det bidrar til god helse.

Trening er en stor del av min "egentid", så av og til er motivasjonen for å trene at jeg får rydda i tanker og får utløp for stress.