

FITNESS TRIBUNE®

Nr. 207 | Februar / März 2024



MILON HAT UNS ÜBERZEUGT!

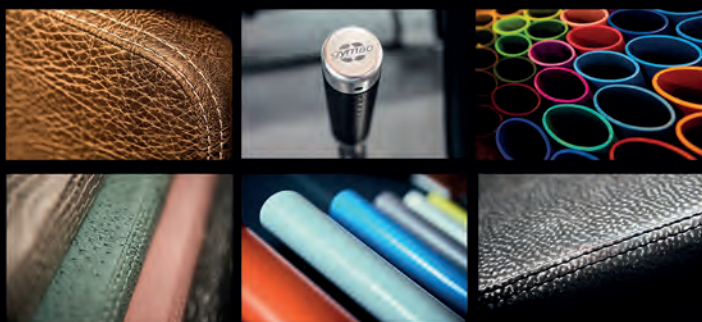
WARUM SICH DIE WELL COME FIT GRUPPE AN ALLEN 20
STANDORTEN FÜR MILON Q ENTSCIEDEN HAT (S. 6)

MASSGESCHNEIDERTE KRAFTGERÄTE

Unvergleichliche Individualität
Einzigartig individualisierbar

Bei uns kannst du jeden Schritt nach deinen Massen und Wünschen anpassen. Beginnend mit dem Rahmen, welcher in deinen Wunschfarben lackiert wird, über die Polster, mit verschiedensten Materialien und Stickereien, bis hin zu den Nähten. Alles in den Farben, Varianten und Materialien deiner Wahl, bis ins kleinste Detail individualisierbar – hier sind deiner Fantasie keine Grenzen gesetzt!

Mach Dein Gym zu einem Ort, der deine Persönlichkeit widerspiegelt. Egal, ob du ein luxuriöses Ambiente oder einen energiegeladenen Look bevorzugst – mit unseren individualisierbaren Kraftgeräten kannst du dein Trainingserlebnis auf eine völlig neue Ebene heben.



MADE IN GERMANY

www.gym80.ch

info@gym80.ch

tel: 044 51 50 395

#KINGOFMACHINES





«Und täglich grüsst das Murmeltier» – neues Jahr, aber alte Leier?

Wie haben Sie die frische Neujahrstimmung genutzt? Haben Sie alte Prozesse hinterfragt und sich sowie Ihr Unternehmen vom «Staub» des letzten Jahres befreit oder sind Sie auch 2024 unversehens der alten Leier «Das haben wir schon immer so gemacht» verfallen?

Altes zu hinterfragen und Neues zu etablieren ist für Unternehmer genauso schwierig wie für Trainierende, die zunächst voller Euphorie zum neuen Jahr in die Studios strömen. Für die langfristige Etablierung neuer Prozesse ist der Zeitpunkt aber wohl weitaus weniger entscheidend als der richtige Einstieg. Doch wo fängt man an? Recherche könnte ein guter Startpunkt sein: Verschaffen Sie sich einen Überblick über den Markt – national wie international. Schauen Sie sich an, wohin sich die Branche entwickelt und was die vielversprechendsten Trends sind.

Die beste Möglichkeit für einen Marktüberblick sind die «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft». Nehmen Sie jetzt an der laufenden Erhebung für das Jahr 2023 teil und profitieren Sie im Sommer diesen Jahres von den aktuellen Zahlen zur Schweizer Fitnessbranche (ab S. 26). Auch zu Österreich und Deutschland werden im Frühjahr die neuesten Eckdatenstudien veröffentlicht. Erfahren Sie ab Seite 42 und ab Seite 52, wie es aktuell um die Eckdatenerhebungen in unseren beiden Nachbarländern steht und welche Vorteile Sie als Studiobetreiber und -betreiberin von einem Blick auf alle drei Erhebungen haben.

Um sich über die grössten Fitnesstrends des Jahres 2024 zu informieren, lohnt auch ein Blick auf die «ACSM-Trends 2024». Welche fünf Trends dabei ganz vorne liegen und was das für Fitnesscenterbetreiber bedeutet, haben wir für Sie ab Seite 50 recherchiert und aufbereitet.

«Neue Massstäbe setzen» und «im eigenen Unternehmen aufräumen», das braucht Zeit und auch die Stärke, eigene Irrtümer einzugestehen. Warum «Gut Ding will Weile haben» besonders im unternehmerischen Kontext zutrifft und wieso das Eingestehen des eigenen Irrrens ein Gamechanger sein kann, erfahren Sie in den Kolumnen von Edy Paul (ab S. 60) und Eric-Pi Zürcher (ab S. 62).

Um eine dicke Staubschicht zu vermeiden, sollten Sie sich besonders zwei Fragen nicht nur einmal jährlich stellen: Was ist mein Konzept und wer ist meine Zielgruppe? Im Phoenix Fitness in Dättwil könnte man auf den ersten Blick den ziellosten Grundsatz «Einmal alles bitte» vermuten. Dass dem nicht so ist und das gesamte Studio inklusive Personal auf einem klaren Konzept fusst, zeigt uns Inhaber und Geschäftsführer Ayhan Türküm im Interview ab Seite 12. Der MALU sportsclub in Wien orientiert sich an einem ganz klaren «Kundenprototyp»: dem Inhaber und Geschäftsführer selbst. Ussy Doleh hat das Studio nach seinen eigenen Wünschen und Ansprüchen konzipiert. Wie es dazu kam und ob er damit tatsächlich Erfolg hat, lesen Sie ab Seite 36.

Um Neuerungsprozesse anzustossen, ist auch fachlicher Input entscheidend. So empfiehlt die Redaktion der FITNESS TRIBUNE, die Fachbeiträge dieser Ausgabe besonders aufmerksam zu lesen. Unter anderem zeigt Sara Martinovic ab Seite 70, wie Motivationslöcher überwunden werden können. Loredana Fiore nimmt die Lesenden mit in die Welt des Power Yoga (ab S. 74). Und in Karsten Hübners Artikel ab Seite 78 erfahren Sie, wie Sie ein studiokonzeptorientiertes und individuelles Trainingsangebot gestalten können.

Viel Spass beim Lesen
Ihre FITNESS TRIBUNE

Anzeige



Optimal Schutzbelag

Der elastische Gummibelag wird für den multifunktionalen Einsatz als lose liegende Matte im Trainings-, Kurz- und Langhantelbereich eingesetzt.

Optimal ist in den Stärken 6, 8, 10 und 12 mm als preiswerte Rollenware lieferbar.

Prospekte und Preise unter: www.sportbelag.eu
> 13. Optimal-Schutzbelag

Hofer Str. 13
D 95632 Wunsiedel
Fon 09232-991544
info@morgenroth.eu

Unser Lieferprogramm:
Elastische Sportbeläge
aus Gummi für
Trainings-, Kurz- und
Langhantelbereiche



**SPEZIAL-
BELÄGE**

morgenroth

HIGHLIGHTS DIESER AUSGABE



Einmal alles bitte?
Phoenix Fitness Dättwil im Porträt

12



«Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2024» – jetzt mitmachen

26



Eckdatenstudien für Märkte der
DACH-Region – Synergien nutzen

52

Anzeige

neogate

Zutrittskontrolle

Bezahlsysteme

Schrankschlösser

RFID-Datenträger



Ihr Digitalisierungspartner

Neogate AG | Thurgauerstrasse 117 | CH-8152 Glattpark
www.neogate.ch | info@neogate.ch | 044 301 30 00

Offizielle CH-Vertretung für

Gantner

INHALTSVERZEICHNIS

SCHWEIZ

milou: well come FIT Group startet mit Q Zirkel	6
Les Mills: Optimierte deine Lauftechnik	8
Phoenix Fitness Dättwil: einmal alles bitte?	12
FITNESS TRIBUNE und HealthExpo kooperieren	20
Weiterbilden in der Schweiz: SAFS-Absolvent im Interview	24
«Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2024»	26
swiss active News	28
Swiss News	30

ÖSTERREICH

MALU sportclub Wien im Interview	36
«Eckdaten der Fitnesswirtschaft Österreich 2024»	42
Austria News	44

INTERNATIONAL

Geschichte der Fitnessbranche	46
«ACSM-Trends 2024»	50
Eckdatenstudien für alle Märkte der DACH-Region	52
International News	56

KOLUMNE

Edy Paul	60
Eric-Pi Zürcher	62
Detlef H. Hubbert	64

KNOW-HOW

Fachartikel Empfehlungsmarketing	66
Fachartikel Motivationslöcher	70
Fachartikel Power Yoga	74
Fachartikel Ausdauerleistung	78
Fachartikel Customer Journey	82
Health News	86
Education News	88
Dual studieren in der Schweiz	90
Media News	92

Svizzera italiana	94
Suisse romande	95
Inserenten und Unternehmen	96



Inhaber selbst als «Kundenprototyp»
für MALU sportsclub Wien

36



«ACSM-Trends 2024»:
die fünf grössten Trends für 2024

50



Motivationslöcher im Training: konstanter
Fortschritt ohne Hindernisse

70

IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG!

Nehmen Sie bis zum 24. März 2024 an unserer Leserumfrage teil und gewinnen Sie das Buch «**Wie du lernst, ein Team zu leiten**» von Julie Zhuo (mehr zum Buch auf S. 92)!

Einfach QR-Code scannen oder Link nutzen:

bit.ly/umfrage_ft_207

Wir danken Ihnen und freuen uns, Sie in der nächsten Ausgabe und über unsere Social-Media-Kanäle wieder begrüßen zu dürfen!





Die well come FIT Gruppe stattet alle 20 Standorte mit neuem milon Q Zirkel aus

milon hat uns überzeugt!

Tunç Karapalanci, Inhaber der well come FIT Gruppe, zeigt mit einem strategisch durchdachten Konzept in Zusammenarbeit mit milon, dass erfolgreiches Wachstum auch in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten möglich ist. Seit 2023 umfasst die well come FIT Gruppe 20 Standorte in der Deutschschweiz. Hervorgegangen ist das Unternehmen vor über 30 Jahren aus einem Fitnesscenter in Frauenfeld.

FITNESS TRIBUNE: Wir verfolgen nun seit einigen Jahren deinen Erfolgskurs und haben bereits aus verschiedenen Perspektiven über die unternehmerische Entwicklung deiner Fitnesscenter berichtet. Heute richtet sich unser Interesse auf den Einsatz der Geräte von milon in den Studios deiner Gruppe. Gehörten diese schon von Beginn an zu deiner Erfolgsstrategie?

Tunç Karapalanci: Vielen Dank für die Gelegenheit, etwas über einen Erfolgsfaktor der well come FIT Gruppe zu berichten. Ich habe auf meinem Weg als Unternehmer immer wieder von Erfahrungen anderer profitieren können – nun etwas zurückzugeben, ist mir eine Freude. Als ich vor mehr als 30 Jahren mein Fitnesscenter in Frauenfeld eröffnet habe, waren elektronische Trainingszirkel dieser Art noch nicht so

Fotos: milon alpine AG



ausgereift wie heute. Erst später hielten diese Einzug in den Schweizer Markt. Meine Mitarbeitenden und ich waren dieser Trainingsmethode gegenüber zunächst kritisch eingestellt, da wir eine andere Trainingsphilosophie verfolgt haben.

Wie kam es dann, dass du einen milon Zirkel gekauft hast?

Den ersten milon Zirkel habe ich nicht aktiv angeschafft, vielmehr war er Teil der Ausstattung des Fitnesscenters Trev-X in St. Gallen, als ich dieses übernommen habe. Zunächst wollten wir diesen Zirkel durch andere Geräte ersetzen, stiessen dann allerdings auf vehemente Gegenwehr bei den Mitgliedern, die darauf bestanden, diesen Zirkel weiterhin benutzen zu können. Dieselbe Erfahrung machten wir bei der Übernahme des Fitnesscenters St. Gallen Einstein: Ein massgebliches Ergebnis einer im Vorfeld durchgeführten Mitgliederbefragung zeigte die Wichtigkeit des milon Zirkels.

Auch hier beliessen wir den milon Zirkel und lernten seine Vorteile kennen.

2023 hast du am Standort St. Gallen Einstein in einen neuen milon Zirkel der Q Serie investiert – was gab den Ausschlag für diese Entscheidung?

Wie bereits erwähnt, hat uns die hohe Kundentreue unserer Mitglieder gegenüber dem milon Zirkel überrascht. Wir haben allerdings sehr schnell gelernt, dass sich diese Verbundenheit für uns unternehmerisch bezahlt macht: Es wurden immer mehr milon Zusatzpakete verkauft und der Zirkel galt zwischenzeitlich als wichtiges Kriterium beim Kaufentscheid. Wir beobachteten bei unseren Mitgliedern eine hohe Zufriedenheit, die mit entsprechenden Trainingsergebnissen einherging. Von Anbieterseite aus überzeugte uns der problemlose Betrieb des Zirkels, die hohe Qualität dieses Produktes und der phänomenale Service.

Was war der Grund für die Anschaffung eines Zirkels der neuen Q Serie?

Uns hat die hohe Durchlaufquote von Beginn an begeistert, ohne dass jemals ein Gedränge entstanden wäre. Vielmehr wird die Kapazität des milon Zirkels von unseren Mitgliedern sehr geschätzt. Einfach, sicher, effektiv!

Was meinst du, was genau eure Mitglieder an dem Zirkel der neuen Generation begeistert?

Im Unterschied zur milon Premium Serie ist die grafische Benutzeroberfläche auf den Bildschirmen von milon Q ein Quantensprung. Unsere Mitglieder erreichen dadurch noch besser ihre Trainingsziele, was wiederum zur Kundenzufriedenheit und Minimierung der Fluktuation beiträgt. Hier zeigt sich deutlich die hohe Kompetenz des Entwicklerteams für digitale Trainingssteuerung auf Basis langjähriger Erfahrungen. Auch ist die sprichwörtliche milon Qualität für das Thema Betriebsgarantie als Unternehmer von höchster Bedeutung.

Und was hat dich ganz persönlich begeistert?

Wenn unsere Mitglieder begeistert sind, bin ich es auch. Was mich letzten Endes allerdings komplett vom Zirkel der Q Serie überzeugt hat, waren die Reaktionen meines Personals: Allesamt sind von den Trainingsergebnissen der Mitglieder begeistert, die sich auch quantitativ in einer höheren Trainingsfrequenz im Center zeigt. Es wurden auf einmal von Mitgliedern Zusatzpakete erworben, von denen ich das nie erwartet hätte. Der Firmenspirit bei milon sowie die Mitarbeitenden und die Geschäftsführung, die für ihre Produkte wirklich alles geben, haben mich überzeugt. Ab 2024 werden deshalb sämtliche Standorte der well come FIT Gruppe mit einem milon Zirkel der Q Serie ausgestattet sein. milon hat mich überzeugt. ■

LES MILLS



LES MILLS Workouts: deine Unterstützung

Optimiere deine Lauftechnik!

Lerne, wie du deine Lauftechnik perfekt abstimmen kannst, damit du deine beste Leistung erbringen kannst. Entdecke fünf grundlegende Techniktipp – und die eine Sache, die dich am ehesten ausbremst.

Fotos: Les Mills

In diesem Moment gibt es wahrscheinlich Millionen von Läufern, die auf dem Bürgersteig laufen oder auf dem Laufband trainieren. Weltweit geben 621 Millionen von uns an, regelmässig zu laufen (Emmanuel, Tamara, Nina, Danielle & Fahad, 2017). Und 59 Prozent der aktiven Erwachsenen entscheiden sich für Bewegung an der frischen Luft als bevorzugte Methode, um fit zu bleiben, z. B. für das Laufen (Rizzo, 2023). Im Jahr 2022 hat sich die Zahl der Läufer, die einen Marathon absolviert haben, im Vergleich zu 2021 fast verdoppelt (Strava, 2022).

Laufen ist ein Hit, denn es bietet alle Vorteile eines Ausdauertrainings (wie die Senkung von Blutdruck, Gesamtcholesterin, LDL-Cholesterin, Triglyceriden, Nüchtern glukose und Körperfett) und erhöht gleichzeitig den Sauerstoffverbrauch sowie das HDL-Cholesterin. Da es sich um eine gewichtstragende Aktivität handelt, verbessert es die Knochendichte. Laufen ist ausserdem etwas, das die meisten von uns mit geringem Aufwand und geringen Kosten betreiben können und das für alle Fitnessniveaus eine praktikable Option darstellt.

Ganz gleich, ob du gerade erst mit dem Laufen begonnen hast oder schon seit Jahren Kilometer sammelst, fünf wichtige Tipps zur Lauftechnik helfen dir, das Laufen so angenehm und effektiv wie möglich zu gestalten. Diese erklärt Ben Main, Trainer bei Les Mills, im Folgenden.

Fünf Dinge, auf die du beim Laufen achten solltest

Nummer 1: FUSSABSTIEG

Lande sanft mit dem Fuss direkt unter der Hüfte.

Nummer 2: ÜBERGANG

Stosse dich vom hinteren Teil des Fusses durch die Mitte des Fusses und dann mit der Fussspitze ab. Es sollte sich so anfühlen, als würdest du treten, rollen und mit Schwung nach vorne stossen.

Nummer 3: KERNAKTIVIERUNG

Aktiviere deine Körpermitte, um deinen Brustkorb anzuheben und eine gute Laufhaltung einzunehmen.

Nummer 4: SYMMETRIE

Finde das Gleichgewicht, damit alle Bewegungen auf beiden Seiten gleich sind.

Nummer 5: FLUSS

Strebe lange, fliessende Schritte an, um die Effizienz des Laufens und der Bewegung zu verbessern.

Angesichts der zahlreichen gesundheitlichen Vorteile, die das Laufen mit sich bringt, ist es nicht verwunderlich, dass ▶



Millionen von Menschen so viele Kilometer auf ihren Füßen zurücklegen. Leider ziehen sie sich dabei auch zahlreiche Verletzungen zu. Bis zu 70 Prozent der Leistungs- und Freizeitläufer geben an, sich jährlich zu verletzen, wobei Knieverletzungen am häufigsten vorkommen.

Dr. Jinger Gottschall, eine professionelle Sport- und Fitnessforscherin und langjährige Laufenthusiastin, sagt, dass diese hohe Verletzungshäufigkeit oft damit zusammenhängt, dass muskuläre Ungleichgewichte nicht richtig angegangen werden (Hogan, 2023).

Wo Läufer etwas falsch machen: mangelnde Balance

Wenn es eine Sache gibt, die jeder Läufer tun sollte, dann die, sich auf die Symmetrie zu konzentrieren. Ein Mangel an Symmetrie erhöht das Verletzungsrisiko und führt zu unnötigem Energieaufwand – eine echte Herausforderung, wenn es darum geht, sein wahres Potenzial zu entfalten.

Gottschall erklärt, dass Symmetrie der Schlüssel zu einem sicheren und effektiven Laufstil ist. «Laufen ist eine dreidimensionale Aktivität, und während sich die Beine auf einer Ebene vorwärts bewegen, ist die Bewegung der Arme und des Oberkörpers ebenfalls wichtig für die Kraftproduktion und den Energieabbau.» Sie sagt, dass es bei dieser Art der Bewegung wichtig ist, symmetrisch zu sein, da immer nur ein Bein den Boden berührt und das Körpergewicht trägt. «Wenn ein Bein in einem bestimmten Gelenk dominiert, erzeugen Sie mehr Kraft oder absorbieren mehr Stösse. Infolgedessen sind die Muskeln auf der nicht-dominanten Seite nicht so stark und die Gelenke auf der dominanten Seite werden abgenutzt.» (Hogan, 2023)

Eine Asymmetrie kann viele Ursachen haben. Beckenrotation (Hüfte), Arthrose im Knie und stärkere Muskeln im linken oder rechten Knöchel sind nur einige der häufigsten Ursachen für ein Ungleichgewicht. Die meisten Ungleichgewichte treten zwischen Knie und Knöchel auf – aber sie sind keineswegs auf diesen Bereich beschränkt.

Hast du mit Asymmetrie zu tun?

Stelle fest, ob du Schmerzen auf einer Seite hast oder ob du beim Dehnen eine erhöhte Spannung auf einer Seite bemerkst – dies ist ein sicheres Zeichen für Asymmetrie. Mache dir dein Fussabdruckmuster bewusst, um zu sehen, ob du schwerer auf einem Fuss landest oder mit einem Bein mehr Zeit auf dem Boden verbringst.

Bitte einen Freund oder eine Freundin, dich bei gleichbleibender Geschwindigkeit zu filmen (mit dem Kamerawinkel entweder direkt vor oder hinter dir). Schau dir das Filmmaterial an und achte auf Unterschiede in der Art und Weise, wie deine Beine landen und abheben.

Wenn du eine starke Asymmetrie vermutest oder Schmerzen und/oder Verspannungen auf einer Seite verspürst, solltest du dich von einem Physiotherapeuten untersuchen lassen, der dir hilft, eine spezifische Muskelschwäche festzustellen.

Wie kann man die Asymmetrie lindern?

Einige schlagen vor, dass Krafttraining, wie z. B. einbeinige Kniebeugen, das Problem lösen kann, aber das ist nur ein Teil des Bildes. Gottschall empfiehlt, das regelmässige Laufen durch ein Ganzkörpertraining mit geringem Gewicht und hoher Wiederholungszahl zu ergänzen, wie z. B. bei BODYPUMP™. «Das ist der ideale Weg, um die Muskeln rund um die Gelenke zu stärken und nicht nur die der Beine», so Gottschall.

«Auch Bizepscurls und Dead Rows sind hilfreich, da die Ellbogen beim Laufen gebeugt werden und eine starke Oberkörperhaltung bei Ausdauerwettkämpfen hilfreich ist.» (Hogan, 2023)

LES MILLS BODYPUMP™, CORE™ UND BODYBALANCE™ VERBESSERN DEINEN LAUFSTIL

Die Einführung eines integrierten Core-Trainings ist ein sehr kluger Schritt, fügt Gottschall hinzu. «Es kann sich als äusserst vorteilhaft erweisen in Bezug auf

die Kraft der einzelnen Beine für die Symmetrie, das Training der tiefen Hüftmuskulatur für die Ausrichtung der Knie und das Bauchmuskeltraining für eine effiziente Kraftübertragung.» Untersuchungen haben gezeigt, dass du durch integriertes Core-Training mit LES MILLS CORE™ über 60 Sekunden von deiner Fünf-Kilometer-Laufzeit einsparen kannst!

Der letzte Baustein besteht darin, Zeit für das Dehnen und Verlängern der Muskeln aufzuwenden. «Ein Training wie BODYBALANCE™ trägt dazu bei, das Verletzungsrisiko zu verringern, indem es die Körpermitte trainiert und die arbeitenden Beinmuskeln dehnt», fügt Gottschall hinzu. ■



Fabian Graf

Fabian Graf ist Dozent und Entwickler bei der SAFS. Als Rennradfahrer hat er die Strassen Europas kennengelernt und die Luft des Profisports geschnuppert. Nach ein paar spannenden Jahren als Leistungssportler hat Fabian Graf entschieden, sich vom Profisport zu verabschieden. Seitdem ist er Gruppenfitnesskursleiter und unterrichtet mehrere LES MILLS Programme. Neben dem Sport betreibt er sein eigenes Unternehmen in Bereich Social Media und studiert Finance & Management.

Literaturliste

Emmanuel, A., Tamara, P., Nina, R., Danielle V. & Fahad, S. (2017). Globally, how many people practice running (as a sport), and what is the global market size for this sport? Zugriff am 31.01.2024. Verfügbar unter <https://askwonder.com/research/globally-people-practice-running-as-sport-global-market-size-sport-dba00dqvc>

Hogan, E. (2023). Is this where your running is going wrong? Zugriff am 31.01.2024. Verfügbar unter <https://www.lesmills.com/fit-planet/fitness/running-and-symmetry/>

Rizzo, N. (2023). Fitness Trends 2021: New Trends in Fitness [Global Report]. Zugriff am 31.01.2024. Verfügbar unter <https://runrepeat.com/fitness-trends>

Strava (2022). Das Sportjahr 2022. Zugriff am 31.01.2024. Verfügbar unter <https://www.strava.com/yis-community-2022>

seca

Präzision für die Gesundheit



DIE BIA FÜR MEDICAL FITNESS.

Erlebe die medizinisch validierte seca TRU.

Die Körperanalyse aus der Welt der Medizin jetzt in Deinem Studio.
Bestimme die Muskelmasse, Fettmasse und viele weitere Parameter
und hilf Deinen Mitgliedern ihr gesünderes Selbst zu entdecken.

secaTRU.com

Jetzt Termin vereinbaren





Phoenix Fitness Dättwil

Klares Studiokonzept oder einmal alles bitte?

Ende 2023 öffnete ein «Studiokoloss» seine Tore: Nach fast einjähriger Umbauphase wurde das Phoenix Fitness in Dättwil auf einer Fläche von über 3500 Quadratmetern wiedereröffnet und bietet seitdem Platz für gleichzeitig 350 Trainierende. Kraft- oder Cardiotraining, Muskellängentraining, Vibrationstraining, Gruppenfitnesskurse jeglichen Formats oder das 24Hours Pure Gym – Wünsche der mittlerweile über 3000 Mitglieder bleiben dabei vermutlich nicht offen. Aber welches Konzept steckt dahinter? Ein vages «Einmal alles bitte», Hauptsache alle werden fündig? Oder verfolgt Geschäftsführer und Inhaber Ayhan Türküm mit diesem umfassenden Angebot einen konkreten Plan?

Fotos: Ayhan Türküm, Phoenix Fitness Dättwil

FITNESS TRIBUNE: Lieber Ayhan, ihr präsentiert auf eurer Website das «neue» Phoenix Fitness als grösser, besser, umfassender. Warum hast du dich für diese deutliche Erweiterung des Centers entschieden?

Ayhan Türküm: Während der Corona-Pandemie sind wir gut mit unserer Kundschaft umgegangen. Wir haben ihnen jeden Tag, an dem sie nicht trainieren konnten, gutgeschrieben. Dieses Entgegenkommen und die Qualität unserer Dienstleistung haben sich in der Umgebung derart herumgesprochen, dass uns die Leute nach der Pandemie regelrecht «die Bude gestürmt» haben.

Das Studio war irgendwann so überfüllt, dass keiner unserer 180 Spinde mehr frei war. Wir mussten also etwas unternehmen. Deswegen haben wir im Februar 2023 mit dem Umbau angefangen und sind Ende 2023 damit fertig geworden.

Wie haben deine Mitglieder auf das Vorhaben und den eigentlichen Umbau reagiert? Musstet ihr die Mitgliedspreise kurzzeitig senken?

Das Projekt haben wir unseren Mitgliedern bereits im Herbst 2022 präsentiert und sie waren begeistert. Wir haben aber darauf geachtet, ihnen nicht zu viel zu versprechen. Schlussendlich konnten wir uns während des Umbaus aber sogar selbst übertreffen und haben einiges mehr gemacht, als wir eigentlich vorhatten.

Preis Anpassungen haben wir während der gesamten Umbauphase keine vorgenommen. Wir haben die Leute stetig gut informiert und ihnen aufgezeigt, was sie erwartet und welchen Mehrwert sie davon haben werden. Bevor wir Umbauzonen absperren, haben wir das immer vorher klar kommuniziert. Und im Sommer wurden viele Kurse einfach auf der Wiese vor dem Gebäude gehalten. Es gab vielleicht fünf Reklamationen, mehr nicht. Wir haben heute sogar zehn Prozent mehr Mitglieder als vor der Pandemie.

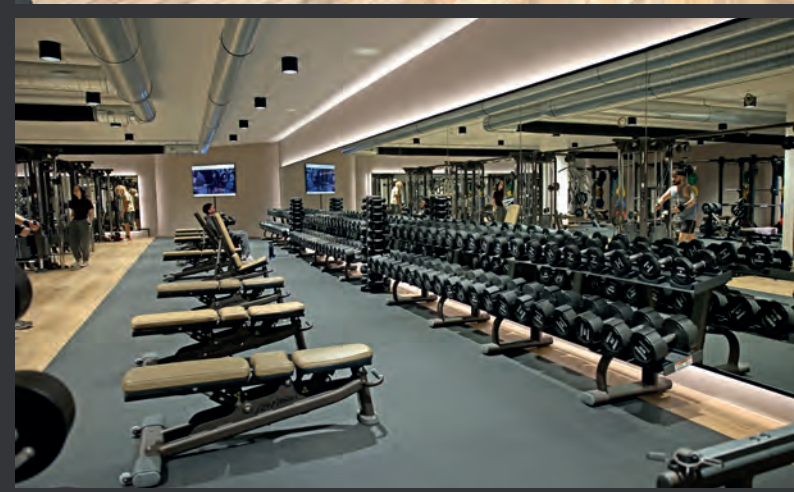
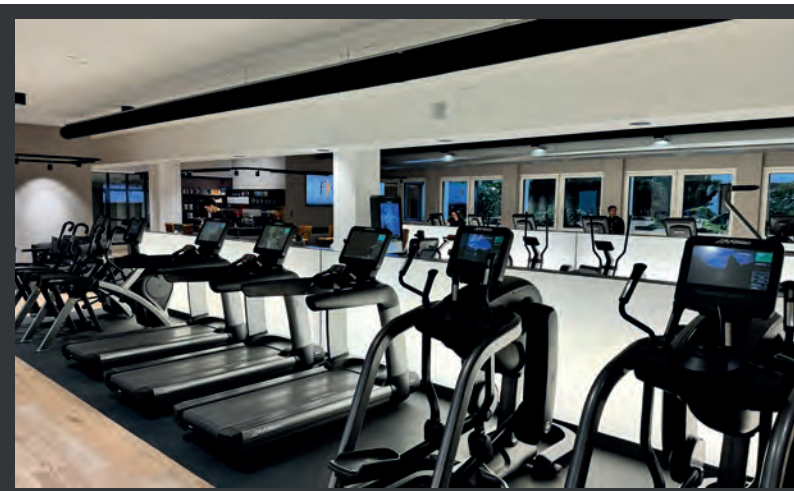
Was habt ihr konkret verändert am Studio?

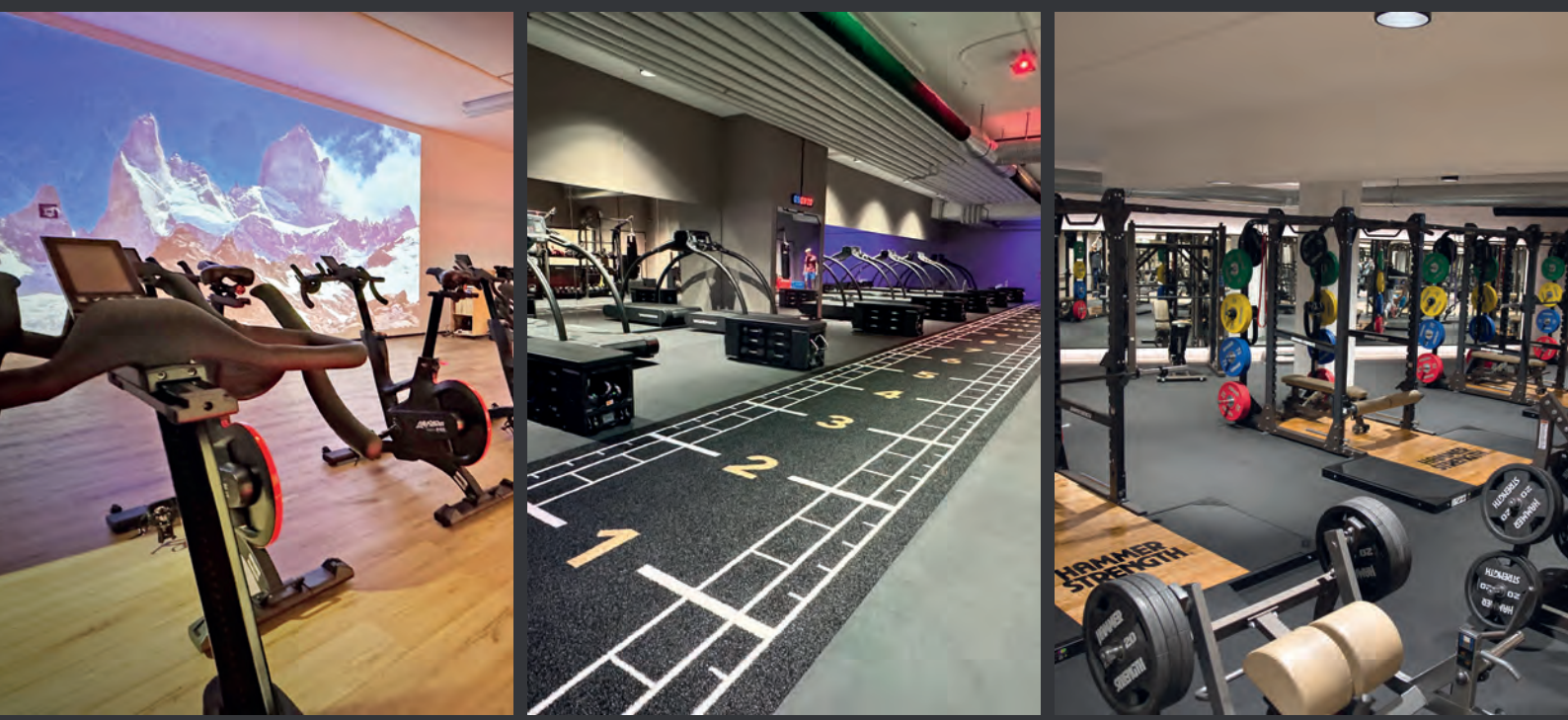
Der Krafttrainingsbereich mit den Freihanteln und den klassischen Plate-Loaded-Maschinen von Life Fitness oder Hammer Strength ist nun sehr exklusiv und umfasst allein schon fast 700 Quadratmeter.

Das ganze Studio hat sich um fast 900 Quadratmeter vergrössert. Wir haben alle Gruppenfitnessräume erneuert, den Eingangsbereich geöffnet und die Trainingsflächen verbreitert und vergrössert. Sämtliche Korridore wurden entfernt. Wir haben neben den Trainingsflächen auch Begegnungszonen eingerichtet, weil der soziale Aspekt des Trainings durch die Pandemie für unsere Kundschaft sehr wichtig geworden ist.

Hast du einen Unterschied hinsichtlich der Trainingsorientierung bei deinen Mitgliedern feststellen können, der auch für den Umbau eine Rolle gespielt hat?

Die jungen Leute, vor allem Frauen, sind krafttrainingsaffiner geworden. Unser Mitgliederzuwachs beruht auf wirklich ►





vielen unter 20-Jährigen bzw. unter 25-Jährigen. Der klassische Bereich boomt extrem.

Allerdings haben wir nicht nur in das klassische Krafttraining investiert, sondern auch in die Digitalisierung mit milon X und milon Q Geräten. Wir haben mittlerweile 52 Maschinen, die sehr stark frequentiert werden.

Zwischen den Bereichen merkt man schon deutlich eine Altersverteilung – die Trainierenden über 50 und die unter 50. Aber wir versuchen, wirklich für jeden ein ganzheitliches Training anzubieten.

Wirklich jedem Kunden ein ganzheitliches Training anbieten – geht das überhaupt oder verfolgt man dann nicht eher ein schwammiges «Einmal alles bitte»?

Wir vertreten das holistische Krafttraining. Aber ja, Kraft, Ausdauer, Beweglichkeit, Koordination und die sozialen Aspekte in einem Konzept zu vereinen ist eine Riesenchallenge. Viele versuchen es, schaffen es aber nicht, weil sie einfach dementsprechend zu wenig Personal haben. Ich setze in jedem Bereich auf verantwortliche Personen, die alles dafür geben, dass wir sozusagen der Fitnesskiosk der Schweiz sein können – wir bieten alles an und es funktioniert.

Ich mache das nicht erst seit gestern, sondern seit 27 Jahren. Diese Entwicklung hin zum holistischen Trainingskonzept ist ein jahrelanger Prozess. In den letzten fast drei Jahrzehnten ist kein Jahr vergangen, in dem wir nicht etwas verändert, verbessert oder vergrößert haben.

Ausserdem muss man den Trainierenden vermitteln, warum Kraft-, Beweglichkeits-, Ausdauertraining so wichtig sind. Was

nützt einem das beste Krafttraining, wenn man danach Muskelverkürzungen hat oder die Koordination nicht funktioniert?

Deswegen bin ich sehr darauf bedacht, dass all meine Mitarbeitenden das Konzept verinnerlichen und dahinterstehen.

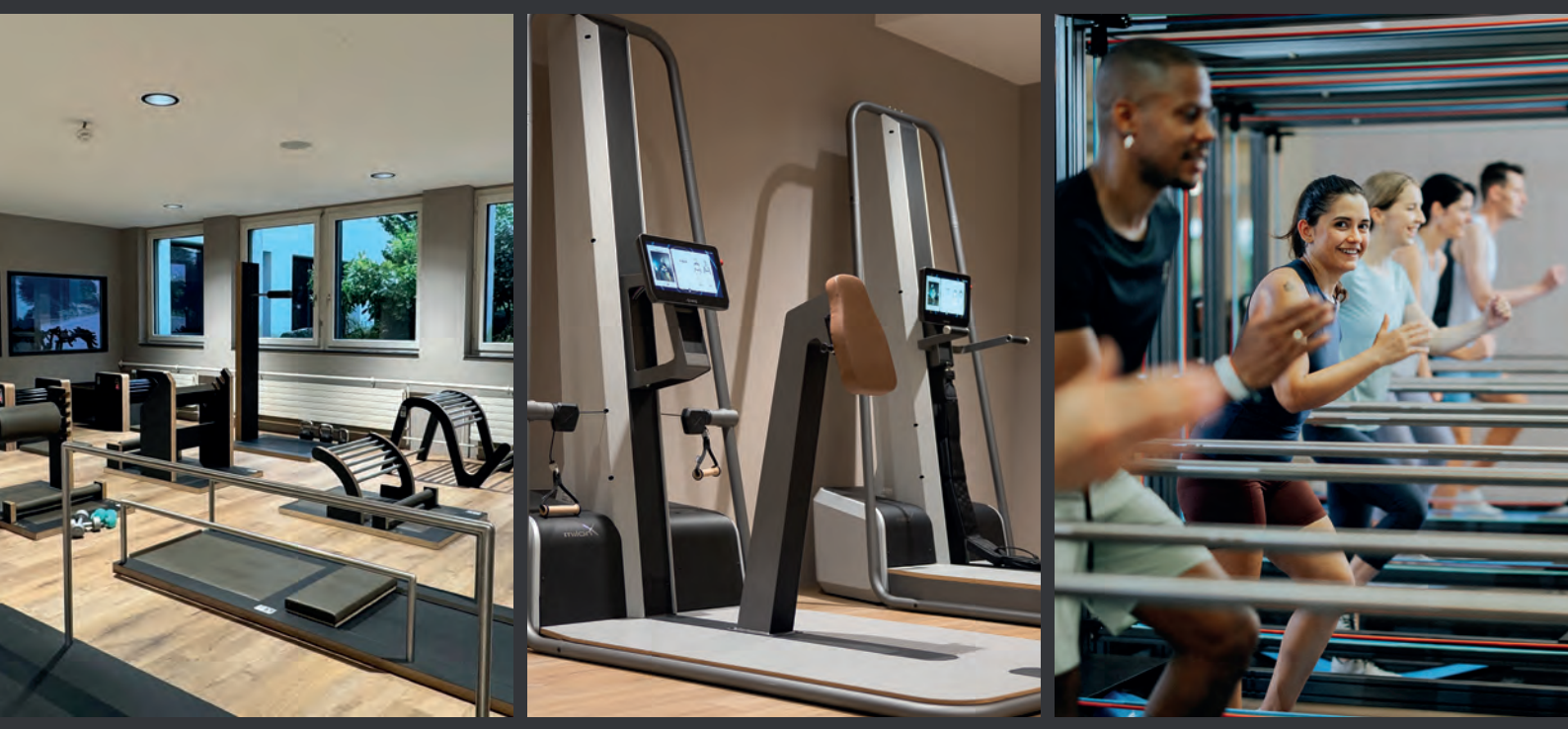
Wie schaffst du es, dass deine Mitarbeitenden hinter diesem Konzept stehen?

Als wir das Studio 1996 eröffneten, hatten wir viel Andrang, aber auch eine hohe Fluktuation. Wir stellten uns natürlich die Frage: Warum? Das Learning aus dieser Zeit war eigentlich recht simpel: Allein durch Bewegen und Krafttraining ist das Ziel noch nicht erreicht. Es braucht ein Trainings-, Betreuungs- und auch ein Mitarbeiterkonzept. Besonders Letzteres habe ich dann entwickelt, damit ich gut ausgebildete und kommunikative Mitarbeitende habe.

Das Geheimnis ist an und für sich also nicht schwierig: ohne Plan kein Erfolg. Von Beginn an werden meine Mitarbeitenden darauf trainiert, nicht nur einmal einen Trainingsplan zu schreiben und ansonsten nett zu plaudern, sondern die Trainierenden stetig zu analysieren, um falsche Übungsausführungen oder Krankheitsbilder sowie Fehlhaltungen zu erkennen. Diese Leistung unterscheidet uns von vergleichbaren Fitnesscentern und schafft zudem ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis.

Gibt es auch Kontrollinstanzen, sodass du erkennst, ob deine Mitarbeiter auch «am Ball» bleiben?

Es braucht viel Platz, viel Aufwand, viele Schulungen, Kommunikation und ein funktionierendes Management, damit die Arbeit meiner Beschäftigten konkret und auch messbar wird. Damit ist nicht ein «mit der Kamera hinterherlaufen» gemeint,



sondern ich sehe es am Erfolg der Kunden und letztlich an der Tiefenfluktuationen von gerade einmal 2,8 Prozent. Das bestärkt uns, dass wir unseren Job richtig und gut machen. Und das motiviert dann auch ungemein.

Ich glaube, dass viele Studios genau dort ansetzen sollten und nicht immer nur in ihre Infrastruktur, sondern wirklich auch in ihre Mitarbeiter investieren sollten. Das schliesst auch die Löhne mit ein, damit die Mitarbeiter auch gute Leistungen erbringen wollen. Man kann eben nicht auf Discountniveau bezahlen, aber Premiumqualität erwarten.

Sind deine Mitarbeiter in spezifischen Bereichen geschult, sozusagen zu Experten ausgebildet, oder trifft das ganzheitliche Konzept auch auf die Ausbildung der Beschäftigten zu?

Definitiv Letzteres. Alle Trainer und Trainerinnen haben das gleiche fachliche Know-how, das fördern wir bereits stark bei unseren Auszubildenden und Praktikanten. Wie gesagt, wir investieren auch in unsere Mitarbeitenden, das schliesst Weiterbildungen wie z. B. den eidgenössischen Fachausweis mit ein.

Wir arbeiten genau nach dem Konzept, das sich wirklich vom Anfänger bis hin zum professionellen Bodybuilder anwenden lässt, weil die Naturgesetze dieselben sind, Stichwort Superkompensation, steigende Belastung. Und dieses Prinzip gilt es so professionell anzuwenden, dass es schlussendlich dann auch den Kunden zum Ziel führt. Und deshalb sage ich all meinen Mitarbeitern: Wendet euer Fachwissen an!

Wie gewährleistet ihr darüber hinaus die Qualität bei einer Fläche von über 3500 Quadratmetern?

Viele Studios bieten eine gewisse Zahl an Betreuungsterminen

jährlich an. Das ist mit unserer Zahl an Mitgliedern eine Unmöglichkeit. Das kann nie funktionieren. Deswegen erhalten unsere Kunden einen Trainingsplan und lernen gleichzeitig von Beginn an, Trainingsprotokolle zu führen. Entsprechend warten meine Mitarbeitenden nicht, bis das Mitglied auf sie zukommt. Sie gehen hin, schauen sich das Protokoll an und können auf einen Blick erkennen, wie oft das Mitglied trainiert, ob die Pausen zu lang oder zu kurz waren, ob die Belastungen erhöht wurden oder ob das Mitglied eventuell zu sehr belastet hat und ob sich an die Protokollierung gehalten wurde – weil ohne Plan kein Erfolg.

Zu dieser Selbstständigkeit «erziehen» wir unsere Mitglieder seit über 25 Jahren. Wir machen ihnen immer wieder deutlich, dass sie ihr Ziel garantiert erreichen, aber dafür müssen sie das Protokoll führen. Die Grundregeln von steigender Belastung und Superkompensation müssen angewendet werden.

So stellen wir sicher, dass unsere Kundschaft auch regelmässig Fortschritte macht. Aber auch das Erlebnis «Studio» muss sich immer mal wieder ändern. Es kann ja nicht sein, dass ich immer nur mit Hanteln trainiere. Es gibt auch andere Möglichkeiten und deshalb bieten wir verschiedenste Arten von Krafttraining an, auch Gruppentraining oder Bootcamps, Indoor Cycling usw. Du gehst ja auch nicht ins Restaurant und bestellst jedes Mal Schnitzel mit Pommes und Salat. Es muss Abwechslung sein. Das macht dann auch viel mehr Spass.

Woraus hast du diese und auch viele weitere Erkenntnisse gewonnen, die schliesslich auch den Umbau des Phoenix Fitness massgeblich bestimmt haben?

Wenn man das so viele Jahre macht, dann sieht man, wohin sich die Branche entwickelt. Beispielsweise haben wir ►

PHOENIX
more than fitness



Über den Interviewpartner

Ayhan Türküm (52) hat mit 14 Jahren zum Kraftsport gefunden und bereits 1996 mit gerade einmal 24 Jahren sein Studio, damals noch auf schlanken 800 Quadratmetern, eröffnet. Der ausgebildete Fitnesstrainer ist seit mittlerweile fast 30 Jahren mit dem Phoenix Fitness in Dättwil erfolgreich. Aktuell bietet das Studio auf 3500 Quadratmetern Fläche seinen über 3000 Mitgliedern sozusagen alles, was das Trainierendenherz begehrt. 2008 wurde der Club als bestes Fitnesscenter der Schweiz ausgezeichnet.

www.phoenixfitness.ch

2010 mit dem milon Zirkeltraining begonnen und waren total skeptisch. Aber dieser komplette und elektronische Kraftzirkel mit seinen 16 Maschinen ist so gut gelaufen, dass wir ihn über die Jahre erweitert haben. Ich habe also gemerkt, dass ich für den nicht erfahrenen Trainierenden mit elektronischem Training einen Einstieg schaffen kann.

Dann haben wir gemerkt, dass Beweglichkeit und Koordination für unsere Kunden auch wichtig sind. Mithilfe dieser stetigen Entwicklung und Beobachtung des Marktes konnten wir ein wirklich holistisches Training in unserem Center zusammenstellen.

Wir haben regelmässig Geräte verkauft und neue gekauft, so dass wir immer auf dem neuesten Stand geblieben sind.

Wie sieht der Wettbewerb aus? Gibt es überhaupt andere konkurrenzfähige Studios in deinem Einzugsgebiet?

Ich habe natürlich Mitbewerber. Besonders, da es auch seine Berechtigung hat, günstige Studios aufzusuchen. Nicht jeder kann sich den Preis leisten, den wir anbieten. Dennoch habe ich in den 27 Jahren nicht erlebt, dass es uns durch ein neu eröffnetes Studio schlechter ging. Im Gegenteil, mit jedem Mitbewerber sind wir auch gewachsen, weil die Menschen für Fitnessstraining sensibilisiert wurden, im günstigeren Studio den Einstieg fanden und schliesslich durch unsere Qualität, die sich in der Umgebung bereits herumgesprochen hat, auf uns aufmerksam wurden.

Welche wirtschaftliche Entwicklung lässt der Umbau nun zu und welche Perspektive gibt es für das Phoenix Fitness?

Wir haben Anfang Dezember 2023 offiziell eröffnet, seitdem kommen tagtäglich neue Mitglieder dazu. Das Studio hat eine Gesamtkapazität für bis zu 5000 Mitglieder und 1400 Trainierende pro Tag. Gleichzeitig trainieren können über 350 Mitglieder, die 200 haben wir schon geknackt. Das besonders Positive an dem Umbau ist, dass dir die 200 Leute nicht auffallen, weil wir das mit unserem Konzept über die Fläche so gut verteilt haben.

Mit diesem Umbau ist die potenzielle Vergrösserung des Studios aber ausgereizt. Wir haben alles gemietet, was man mieten kann. Und das muss jetzt reichen. Es ist auch nicht so, dass wir die Gesamtkapazität unbedingt ausreizen wollen. Wir wollen nicht das nochmal erleben, was vor dem Umbau los war: Das Studio war so voll, dass es keinen Spass mehr gemacht hat.

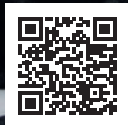
Ein zweites Phoenix Fitness wird es also nicht geben?

Ich hätte in diesen 27 Jahren mindestens 30 Studios aufbauen können, aber wie sagt man so schön: Tanzen kann man nur auf einer Hochzeit. Und wenn man das richtig macht, dann ist man auch wirklich gut und stark in dem, was man tut. Und das ist der grosse Vorteil der Einzelstudios gegenüber den Kettenbetrieben. ■

MACH WEITER!

safsweiterbildung.ch

Infos &
Anmeldung



MATRIX

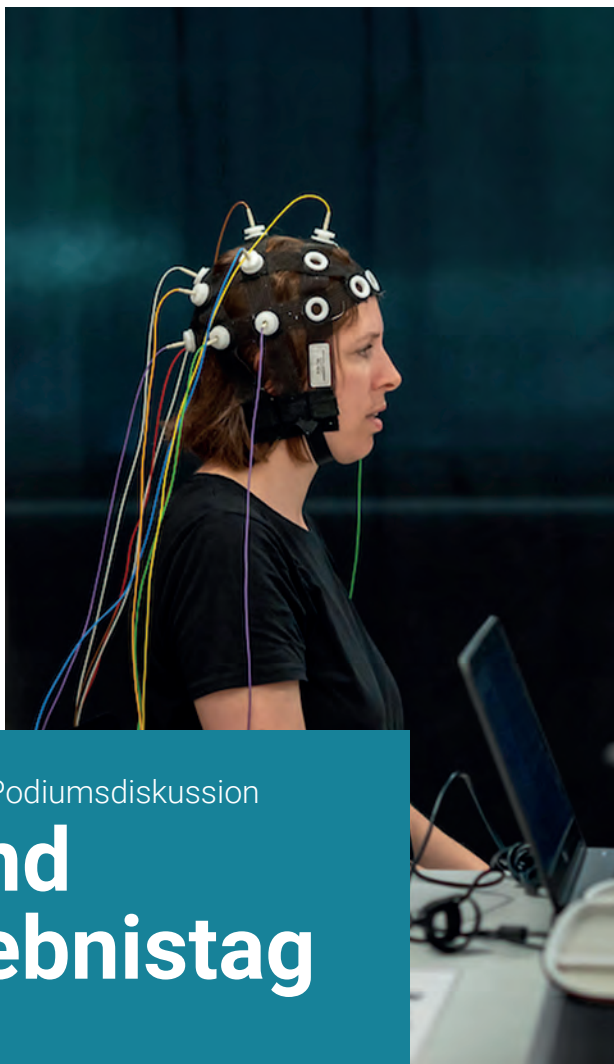




VERBUNDEN. FLEXIBEL. PERSÖNLICH.

» **MIT DIGITALISIERUNG KUNDEN ERREICHEN** «

Begeistern und motivieren Sie Ihre Mitglieder mit zeitgemäßen, leistungsstarken Tools. Mehr denn je haben Sie heutzutage eine große Auswahl an Anbietern, Partnern und Lösungen. Mit der soliden, offenen Plattform „Connected Solutions“ von Matrix stehen Ihnen alle Türen offen, um Ihre persönliche Fitnessvision zu realisieren.



FITNESS TRIBUNE übernimmt Patronat der Podiumsdiskussion

Fachmagazin und Gesundheitserlebnistag kooperieren

Samstag, 25. Mai 2024 – bereits im Kalender fett markiert? An diesem Tag findet die zweite HealthExpo in der St. Jakobshalle in Basel statt und bietet B2B-Besucherinnen und -Besuchern bekannte Aussteller und ein informatives Rahmenprogramm. Beispielsweise wird die Podiumsdiskussion zum Thema «Zukunft der Schweizer Fitnessbranche», deren Patronat die FITNESS TRIBUNE übernimmt, viel Praxisinput liefern und einen Blick in die kommende(n) Dekade(n) der Fitness werfen. Zum anschliessenden Apéro lädt der Veranstalter Alexander Huser herzlich ein – um Voranmeldung wird gebeten.

FITNESS TRIBUNE: Lieber Alex, nur noch knapp drei Monate bis zur zweiten HealthExpo. Wie steht es aktuell um die Vorbereitungen?

Alexander Huser: Wir haben eine Ausstellungsfläche von insgesamt 20 000 Quadratmetern in der St. Jakobshalle zur Verfügung, davon sind ca. 70 Prozent vergeben. Damit sind wir bereits jetzt sehr zufrieden. Bis April können Interessierte sich auch noch ihren Stand auf der HealthExpo sichern.

Als Aussteller für die Fitnessbranche haben bereits u. a. update Fitness, die SAFS und Les Mills bestätigt. Sie werden in eigenen

«Sporthallen» Group-Fitness-Lektionen anbieten. Ausserdem wird swiss active, der Branchenverband für alle Fitnessanbieter in der Schweiz, seine Jahresversammlung im Rahmen der HealthExpo ausrichten. Das heisst, alle wichtigen Entscheider der Branche sind an der HealthExpo vor Ort – das ist grossartig und beflügelt den Austausch innerhalb der Branche.

Mehr zur Jahresversammlung von swiss active sowie zu Anmelde-möglichkeiten erfahren Sie auf Seite 32 dieser Ausgabe.



BASEL HEALTH EXPO

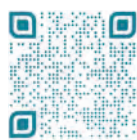


Nun wird es nicht nur Aussteller auf der HealthExpo geben, sondern auch ein umfangreiches Rahmenprogramm. Worauf können sich B2B-Besucher freuen?

Der Fitness-Business-Campus bietet Fitnesscenterinhabern, Managern und Trainern die optimale Möglichkeit, um sich im Rahmen von Vorträgen und Diskussionsrunden über die neuesten Entwicklungen und Trends der Fitnessbranche zu informieren – und das komplett kostenfrei.

Neben der swiss active Jahresversammlung ist natürlich die Podiumsdiskussion «Die Zukunft der Schweizer Fitnessbranche», deren Patronat die FITNESS TRIBUNE übernimmt, eines der absoluten Highlights. Dort können Zuschauerinnen und Zuschauer im Anschluss an die Diskussion in einem «Q & A» ihre Fragen direkt an die Diskussionsteilnehmenden stellen und so den Branchenaustausch aktiv mitbestimmen.

Der B2B Business-Networking-Apéro im Anschluss an die Podiumsdiskussion bietet nochmals einen lockeren Rahmen zum Austauschen, Netzwerken und Diskutieren. Die Podiumsdiskussion und den Apéro kann jeder besuchen, der sich vorab angemeldet hat.



Melden Sie sich über nebenstehenden QR-Code zur Podiumsdiskussion und zum anschließenden Apéro an und gestalten Sie den Branchenaustausch aktiv mit. Anmeldung möglich bis 15. April 2024.

Weitere Infos zum Event unter: www.healthexpo.ch

Du hast es eben bereits erwähnt. Die FITNESS TRIBUNE hat das Patronat für die Podiumsdiskussion übernommen. Warum ist die Kooperation für euch wichtig?

Wir sind sehr froh, dass die FITNESS TRIBUNE das Patronat für die Podiumsdiskussion übernommen hat. Das Magazin ist seit Jahrzehnten das zentrale Organ, um sich über aktuelle Trends und neueste Entwicklungen in der Schweizer Fitnessbranche zu informieren. Es steht seit jeher für Innovationen. Das schafft Vertrauen und Glaubwürdigkeit bei den Leserinnen und Lesern. Diese Werte soll auch die Podiumsdiskussion vertreten. Aus diesem Grund wollten wir mit der FT kooperieren.

Es wird aber kein Vertreter der FT an der Podiumsdiskussion teilnehmen, weil das Magazin für Neutralität steht und so soll es auch bleiben. ▶

Über den Interviewpartner

Alexander Huser (56) ist ein Urgestein der Schweizer Fitnessbranche. Seit über 35 Jahren leitet er die Geschicke seines Unternehmens, der GoodDays GmbH. Seine Events organisiert er mit grösster Leidenschaft und Hingabe und ist immer offen für frische Ideen zu innovativen Businesslösungen.

Nach der FitnessExpo organisiert und veranstaltet er gemeinsam mit seinem Co-Veranstalter Prof. em. Dr. Lukas Zahner nun die HealthExpo, die am Samstag, 25. Mai 2024, zum zweiten Mal ihre Tore öffnet.

www.healthexpo.ch



Welches Ziel verfolgt ihr mit der Podiumsdiskussion?

Zuerst möchten wir einfach, dass sich die Fachleute der Branche auf dem Podium unterhalten, die einen gewissen Weitblick haben. Wichtig war uns, dass diese Fachleute aus unterschiedlichen Disziplinen stammen. Aus diesem Grund freuen wir uns sehr, dass Ayhan Türküm, seit fast 30 Jahren erfolgreicher Einzelstudiobetreiber aus Dättwil, mit auf dem Podium sitzen wird. Auch Reto Conrad, Präsident von swiss active, Prof. Dr. Lukas Zahner sowie René Kalt sind mit von der Partie – moderiert wird das Ganze von Susanne Hueber. Die Diskussionsteilnehmer verraten u. a., welche Trends sie verfolgen und wo sie die grössten Potenziale für die Zukunft sehen. Es geht dabei aber nicht um ein munteres Fachsimpeln über zukünftige Eventualitäten, sondern um Praxisnähe und Praxisorientierung.

Was bietet der Fitness-Business-Campus noch?

Von 15 bis 18 Uhr wird es zahlreiche Vorträge für die Fitness- und Physiotherapieindustrie geben, powered by Verre Consulting. Allein Giusi Verre wird insgesamt drei Vorträge halten – das Hauptthema dabei: Was sind neue oder andere Wege, um Mitglieder zu gewinnen? Auch hier besteht genügend Raum zum Netzwerken zwischen den einzelnen Vorträgen.

Wir werden ausserdem noch einen Berufsbildungsparcours veranstalten. Dort können sich Interessierte über etwaige Gesundheits- oder Fitnessberufe informieren. In diesem Rahmen wird auch die SAFS ihr Weiterbildungsangebot präsentieren. Auch die Universität Basel, SalutaCoach und star education werden vor Ort sein. Im Rahmen des Berufsbildungsparcours haben alle Aussteller die Möglichkeit, auf Stelleninserate innerhalb ihres Unternehmens hinzuweisen und Interessierte direkt vor Ort einzuladen.

Welches Ziel verfolgt die HealthExpo mit diesem umfassenden Programm?

Wir möchten den Menschen der Fitnessbranche die Möglich-

keit geben, in den direkten Austausch miteinander zu treten und auch mit Entscheidern der Branche darüber zu sprechen, wo der Schuh aktuell drückt. Das gilt besonders auch für den Austausch während der Podiumsdiskussion, aber auch für den Austausch mit dem FITNESS-TRIBUNE-Team. Wo sonst haben die Branchenmitglieder die Möglichkeit, sich in einer zwanglosen Atmosphäre zu begegnen, kennenzulernen und zu sprechen.

Ich lade alle Branchenangehörigen herzlich dazu ein, zur HealthExpo 2024 am 25. Mai in die St. Jakobshalle nach Basel zu kommen und sich über die aktuellsten Entwicklungen der Branche zu informieren. ■

Die FITNESS TRIBUNE auf der HealthExpo

Vorbeikommen und kennenlernen

Am Samstag, 25. Mai 2024, ist die FITNESS TRIBUNE mit einem Stand auf der HealthExpo vor Ort. Das Team lädt Sie herzlich dazu ein, den Stand zu besuchen und die Mitwirkenden an dem Fachmagazin für die Schweizer Fitnessbranche kennenzulernen.

Kommen Sie vorbei – egal, ob zum lockeren Austauschen, intensiven Netzwerken oder zum Informieren über Inserate oder Abonnements.

Wo genau Sie uns auf der HealthExpo finden können, erfahren Sie am 25. Mai direkt vor Ort über den ausgehängten Standplan.

Wir freuen uns auf Sie!

Ihre FITNESS TRIBUNE

best **4** health

InBody 970

für Gesundheitsexperten

- präzise
- kompakt
- genial



www.best4health.ch
Grindelstrasse 12 | 8303 Bassersdorf | Tel. +41 44 500 31 80

Körperanalyse mit Kunden-App!



Mit SAFS-Ausbildung den Weg geebnet

Gesundheits- und Fitnesscoaching «next Level»

Alles fing für Solomon Tettey 2018 an, als er entschloss, mit der Ausbildung zum «Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis» bei der Swiss Academy of Fitness & Sports eine Karriere in der Fitnessbranche zu starten. Heute blickt der 29-jährige Basler auf einen erfolgreichen Ausbildungs- und Karriereweg zurück.

FITNESS TRIBUNE: Du bist seit Jahren in der Fitnessbranche tätig, weshalb?

Solomon Tettey: Sich gesund, fit und wohl in seinem Körper zu fühlen ist einfach unbeschreiblich. Ich bin regelrecht fasziniert, was einfaches Fitnesstraining, ausgeführt in einer sinnvollen Dosierung, alles bewirken kann. Der positive Dominoeffekt von Training wird mir durch meinen Arbeitsalltag immer wieder aufs Neue bestätigt. Menschen dabei zu unterstützen, den ersten Stein ins Rollen zu bringen, zu beobachten, wie sozusagen die nächsten Steine in Bewegung kommen und sich schlussendlich das Wohlbefinden und die Lebensqualität verbessern, ist ein grosses Privileg und gibt mir das Gefühl, in der richtigen Branche zu sein.

Solomon, wie kam es dazu, dass du die SAFS als deinen Bildungspartner ausgewählt hast?

Nach der Entscheidung, mich beruflich neu zu orientieren und in der Gesundheits- und Fitnessbranche Fuss zu fassen, habe

ich mir Zeit genommen, den für mich richtigen Bildungspartner auszusuchen. Beim ersten Beratungsgespräch bei der SAFS habe ich mich besonders wohl- und gut aufgehoben gefühlt. Schlussendlich hat mich das Gesamtpaket überzeugt, die Swiss Academy of Fitness & Sports war klarer Favorit und so meldete ich mich dort an.

Du hast die dreijährige Ausbildung zum «Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis» absolviert. Wie hast du die Ausbildung erlebt?

Die Ausbildung war ideal auf mich zugeschnitten. Ich habe mich auf jedes einzelne Modul gefreut. Die Inhalte waren enorm abwechslungsreich, von der klassischen Trainingslehre über Psychologie und Kommunikation bis hin zu Marketing. Von einigen Dozentinnen und Dozenten konnte ich nicht nur fachspezifisch viel lernen, sondern durfte auch von ihrer persönlichen Erfahrung in unserer Branche viel wertvollen Input mitnehmen. Bei Fragen und Anliegen abseits des Unterrichtes

war die SAFS stets da und hat mich bestmöglich unterstützt. Insgesamt habe ich die Ausbildung sehr positiv erlebt und in guter Erinnerung behalten.

Aktuell bist du als selbstständiger Gesundheits- und Fitnesscoach tätig, wie sieht dein Arbeitsalltag aus?

Mein Arbeitsalltag ist ziemlich vielfältig. Zum einen betreue ich meine Kunden mit meinem Gesundheits- und Fitnessprogramm und klassischem Personal Training, im Fitnesscenter, bei Ihnen zu Hause oder draussen an der frischen Luft. Zum anderen arbeite ich mit einer Sportmanagementagentur zusammen und trainiere Athleten im Gesundheits- und Fitnessbereich. Zudem habe ich einen kleinen Kundenstamm im Ausland, den ich online, aber auch regelmässig vor Ort betreue.

Natürlich gibt es auch weniger spannende Momente in meinem Arbeitsalltag. Einen grossen Teil meiner Zeit investiere ich in administrative Aufgaben. Was jedoch bei mir als Gesundheits- und Fitnesscoach ganz oben auf der Prioritätenliste steht, ist mein eigenes Gesundheits- und Fitnessstraining.

Während deiner Ausbildung zum Spezialisten hast du TETTEY Health gegründet. Wie kam es dazu?

Als ich Anfang 2020 meine Weltreise aufgrund der Pandemie abbrechen musste, brachte mich eine Mischung aus einer gesunden Portion «Drang zum kreativen Handeln» und einer wachsenden Nachfrage nach einem nachhaltigen Gesundheits- und Fitnessstraining dazu, meinen langersehnten Traum zu verwirklichen und TETTEY Health zu gründen.

Was ist an TETTEY Health besonders?

Alles erscheint immer super wichtig, bis man erkennt, dass die eigene Gesundheit durch nichts zu ersetzen ist. Für TETTEY Health ist Fitnessstraining sehr viel mehr als das Formen einer schönen Figur oder eines muskulösen Körpers.

Ich möchte Menschen, vor allem jüngere, ermutigen, dem Körperkult, der sich in der Fitnessbranche stark etabliert hat, untergeordnet Beachtung zu schenken und die eigene Gesundheit ins Zentrum zu rücken. Nach dem Motto: «Ein schöner Körper ist nicht immer gesund, aber ein gesunder Körper ist immer schön», glaube ich fest daran, dass jeder von uns das Potenzial hat, sich wohler, schöner und wertvoller in seinem Körper zu fühlen, ohne dass die Gesundheit durch gefährliche Supplemente, Übertraining oder gar Operationen darunter leiden muss.

TETTEY Health verspricht ein sicheres, wirkungsvolles und zeitsparendes Gesundheits- und Fitnessstraining, das nachhaltig zu spür- und sichtbaren Erfolgen und zu mehr Gesundheit, Leistung und Selbstbewusstsein führt.

Wie hast du es geschafft, Ausbildung, Unternehmensgründung und Privates unter einen Hut zu bekommen?

Eine Lehrerin hat uns mal während meiner ersten Ausbildung gesagt: «Es gibt keinen Stress, es gibt nur schlechte Planung.» Dieser Satz ist mir hängen geblieben.

Das Setzen von Prioritäten und eine klare Struktur haben mir geholfen, alles in Einklang zu bringen. Zweifellos war es alles andere als einfach und es gab mehrere Momente, in denen ich von meinen Reserven zehren musste. Als Selbstständigerwerbender hatte ich jedoch die Möglichkeit, mir meine Zeit selbst einzuteilen. Wenn ich an meine Grenzen gestossen bin, habe ich versucht, meine Prioritäten anders anzuordnen und meine Planung zu verbessern.

Welchen Tipp hast du für Interessierte, die mit einer eidgenössischen Ausbildung starten möchten?

Die Wahrscheinlichkeit, erfolgreich im Gesundheits- und Fitnessmarkt zu sein, ist mit der eidgenössischen Ausbildung zum «Spezialisten für Bewegungs- und Gesundheitsförderung» höher als wenn man einzelne Kurse oder kurze Ausbildungen absolviert. Ich kann die Ausbildung vor allem den Gesundheits- und Fitnessbegeisterten empfehlen, die nicht nur herausfinden möchten, ob sie ihr Hobby zum Beruf machen sollen, sondern sich durch solides Fachwissen und Qualität von der Konkurrenz abheben wollen, um sich langfristig und erfolgreich in der Gesundheits- und Fitnessbranche zu beweisen.

Du hast erfolgreich die Ausbildung zum Spezialisten absolviert. Folgt nun die Ausbildung zum Experten, ein Studium oder eine Weiterbildung? Oder hast du andere Berufsziele?

Sich stetig weiterzubilden, ist bekanntlich der Schlüssel zum Erfolg. Besonders in letzter Zeit spiele ich öfters mit dem Gedanken, mein Wissen mit einer zusätzlichen Ausbildung zu vertiefen. Da ich es aber ebenfalls für sinnvoll erachte, dass bereits Gelernte erfolgreich in der Praxis umzusetzen, bevor man eine Ausbildung nach der anderen absolviert, lasse ich mir Zeit, mein weiteres Vorgehen bedacht zu planen. Der nächste Schritt ist noch nicht in Stein gemeisselt, aber er steht schon vor der Tür. ■



Die SAFS AG unterstützt bereits seit über 35 Jahren Fitnessbegeisterte und Gesundheitsbewusste auf ihrem Karriereweg. Als führender Schweizer Bildungsexperte im Zukunftsmarkt Fitness und Gesundheit bietet die SAFS ein innovatives sowie bewährtes Bildungskonzept. Dies überzeugt mit den neuesten Lerninhalten und Lernmethoden. Des Weiteren bietet das SAFS Bildungskonzept durch die Kombination aus geführtem und selbstgesteuertem Lernen völlige Flexibilität und somit die Gegebenheit, Ausbildungsdaten sowie Ausbildungstempo individuell anzupassen. Die Absolvierung von Ausbildungstagen ist auch digital möglich.

Für eine persönliche Beratung rufen Sie uns jetzt an unter Tel.: +41 44 404 50 70 oder besuchen Sie uns unter www.safs.com.





Das Bild der Branche schärfen

Eckdaten 2024 – jetzt teilnehmen!

Bereits zum vierten Mal erhebt swiss active die «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft». Die Marktstudie weist wichtige Kennzahlen zum Stichtag 31. Dezember 2023 aus und skizziert Entwicklungen im Markt. Nehmen Sie jetzt teil und leisten auch Sie Ihren Beitrag zu dieser wichtigen Studie, die der gesamten Branche dient.

swiss active führt zum vierten Mal in Folge die Eckdatenstudie zur Schweizer Fitnesswirtschaft durch. Als Kooperationspartner fungiert die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG), deren Marktforschungsexpertinnen und -experten seit vielen Jahrzehnten auch die Eckdaten der deutschen und seit 2024 erstmals auch die der österreichischen Fitnesswirtschaft verantworten.

Warum braucht es eine solche Marktstudie?

Das Resultat der Kooperation von swiss active und der DHfPG ist eine Marktstudie, die den Akteuren der Fitnessbranche wichtige Insights liefert und so als Grundlage wichtiger strategischer Entscheidungen dienen kann. Die Zahl der Center am Markt, die Mitgliederzahlen in den einzelnen Segmenten (Einzel-, Ketten- und Mikrosegment) und die generierten Branchenumsätze sind nur drei Beispiele der essenziellen Kennzahlen, die die Studie präsentiert und so eine Einordnung der einzelnen Akteure für sich im Gesamtgefüge ermöglicht.

Weiter zeigt die Studie, aufgrund der Erhebung im jährlichen Turnus, Entwicklungen in der Branche auf und lässt so Trends erkennen, die ebenfalls wichtige Entscheidungen der Betreiberinnen und Betreiber von Fitnesscentern nach sich ziehen können – beispielsweise eine Anpassung des Leistungsportfolios oder einen veränderten Fokus auf bestimmte Formen der Mitarbeiterweiterbildung, um den Anforderungen des Marktes auch künftig gerecht zu werden. Auch die Offenlegung der Notwendigkeit gezielter Marketingaktivitäten mit Blick auf be-

stimmte Zielgruppen, wie beispielsweise auf die Trainierenden 60 plus, ist denkbar.

Doch nicht nur für die einzelnen Akteure am Markt liefert die Studie einen erheblichen Mehrwert. Für die Branche als Ganzes dient sie als wichtige Referenz im Austausch mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft oder dem Finanzwesen.

Wie kann ich teilnehmen?

Der Fragebogen zu den «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2024» steht Ihnen in deutscher, italienischer und französischer Sprache zur Verfügung. Sie erreichen die Umfrage unter www.dhfgp-bsa.de/survey-ch-2024/ oder über das Scannen des nebenstehenden QR-Codes:



Was passiert mit meinen Daten?

Marktforschung ist immer an Regeln gebunden. Das Team um Prof. Dr. Sarah Kobel lebt die Standards der Marktforschung zu 100 Prozent und arbeitet strikt konform mit datenschutzrechtlichen Bestimmungen, was einen vertrauensvollen Umgang mit den Daten und die absolute Sicherheit dieser gewährleistet.

Wann und wo werden die Ergebnisse der Studie veröffentlicht?

Die Veröffentlichung der Ergebnisse wird im Sommer 2024 unter dem Titel «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft» stattfinden. Weitere Informationen folgen. ■

11 – 14 APR 24 Exhibition Centre Cologne

FIBO

GLOBAL FITNESS

For a strong and healthy society.

Built by



In the business of
building businesses

Get your ticket
fibo.com



«Zwischenaudits» oder ...

»Krafttraining neu kommuniziert«

Der Fachbeitrag von Qualitop-Zertifizierer Urs Malke beleuchtet ein Zwischenaudit für das Qualitop-Label in einem Badener Fitnesscenter. Überraschende Selbstevaluationsresultate, insbesondere eine zielgruppenspezifische Kommunikation für Untrainierte, bilden den Auftakt. Zwei provokative Presseartikel über die Auswirkungen von Sport und Fettleibigkeit auf die Lebenserwartung leiten zu einem zentralen Thema über: Krafttraining als Schlüssel zur Gesundheit und Selbstständigkeit im Alter. Experten-aussagen von Ingo Froböse und Herman Pontzer sowie die wachsende Bedeutung der Fitnessbranche in der Schweiz unterstreichen den Paradigmenwechsel. Qualitop positioniert sich als Wegweiser für Fitnesscenter, die die steigende Nachfrage nach Gesundheitsinvestitionen durch gezielte Kommunikation bedienen wollen. Ein Plädoyer für Umdenken, unterstützt durch Qualitop als Zukunftsbegleiter.

Ich stecke mitten in einem Zwischenaudit für das Qualitop-Label mit einem Einzelcenter im Grossraum Baden (AG). Ein solches Zwischenaudit findet während der dreijährigen Geltungsdauer des Qualitop-Zertifikats zwei Mal statt; nämlich jeweils nach dem ersten und dem zweiten Geltungsjahr. Ein Zwischenaudit stellt sicher, dass die Normen, die zu Beginn des Zyklus geprüft wurden, nach wie vor umgesetzt werden. Diese schreiben neben der Kontrolle von administrativ-relevanten Daten und Faktoren wie der kontinuierlichen Weiterbildungspflicht eine Selbstevaluation vor. Diese wird während des Audits auf ihre Nachvollziehbarkeit geprüft und es werden die zugrunde liegenden Fakten plausibilisiert.

Ja, ich war doch etwas erstaunt. Vielleicht auch eher positiv überrascht, als ich hörte, was diese Selbstevaluation zutage

förderte: «Wir haben festgestellt, dass gewisse Personen Hemmungen haben, ins Fitnesscenter zu gehen, weil sie untrainiert sind. Deshalb haben wir für diese Zielgruppe ein Einstiegstraining entwickelt und achten dabei auch speziell auf eine zielgruppengerechte Kommunikation, sodass sie sich von Anfang an abgeholt und verstanden fühlen.»

Das habe ich in dieser Deutlichkeit noch bei keinem Zwischenaudit gehört, auch wenn kundengerechte Kommunikation mehr und mehr eine Selbstverständlichkeit wird.

Das ist also der erste Umstand, quasi der Auslöser dieses Artikels. Aber keine Angst, ich möchte hier nicht weiter auf das Wesen des Audits eingehen. Der zweite Umstand sind zwei Artikel, die mir in den Tagen nach dem Audit in der Tagespresse

ins Auge gefallen sind. Die etwas provokativen Titel lauteten: «Warum Sport nicht schlank macht» von Nik Walter (2023) über die Studien zum Metabolismus von Herman Pontzer et al. und «Wer nicht trainiert, stirbt früher», ein Interview mit Ingo Froböse (Jötten, 2023). So, und nun stecken wir bereits mitten im Thema: Krafttraining.

Krafttraining ist Selbstständigkeit im Alter

Ingo Froböse – für diejenigen, die ihn noch nicht kennen – ist ein deutscher Universitätsprofessor für Prävention und Rehabilitation im Sport und ehemaliger mehrfacher deutscher Vizemeister im Sprint. Im Artikel sagt er unter anderem: «Die Fettmasse verdrängt die Muskelmasse – und das hat fatale Folgen.» Danach beschreibt er die Folgen, wenn amerikanische Verhältnisse Europa erreichen würden: Kommende Generationen könnten wegen Fettleibigkeit weniger lange leben. Er sagt aber auch, dass Schlanke durch zu wenig Muskelmasse ebenfalls ungesund sein können und propagiert ein regelmässiges Krafttraining generell zur allgemeinen Gesunderhaltung, aber spezifisch auch zur Erhaltung der Selbstständigkeit im Alter. Er geht mit dem Gesundheitsbereich hart ins Gericht, wenn er folgert: «Das Wissen um die Wichtigkeit des Krafttrainings ist leider noch nicht in der breiteren Bevölkerung, ja nicht einmal in der Ärzteschaft angekommen. Es ist für mich ein Skandal, dass die Muskulatur noch immer nicht in die normale medizinische Diagnostik integriert ist. Dabei haben Studien schon vor Jahren gezeigt, dass wenig Muskelmasse mit einem deutlich höheren Risiko eines vorzeitigen Todes einhergeht.» (Jötten, 2023).

Metabolismus – fünf überraschende Entdeckungen

Herman Pontzer ist von der Duke University in Durham (USA). Er forscht zu Metabolismus und hat mit seinem Team in den letzten Jahren erstaunliches dokumentiert (Pontzer et al., 2012). Zum Beispiel, dass Menschen deutlich mehr Energie verbrennen als unsere nächsten Verwandten, die Menschenaffen; dass alle Menschen in etwa gleich viel Energie verbrauchen, egal, ob Bürolist oder Jäger und Sammlerin; dass sich der Metabolismus im Alter zwischen 20 und 60 Jahren nicht verändert; dass weder die Pubertät noch die Menopause die Stoffwechselrate verändert und dass sich der Metabolismus von Frauen und Männern nicht grundlegend unterscheidet.

Die Aussagen von Pontzer werden von Katrien De Bock, Professorin an der ETH Zürich, bestätigt. Sie sagt im Artikel (Walter, 2023): «Die Arbeiten seines Teams haben viel zum besseren Verständnis unseres Stoffwechsels beigetragen.»

Umdenken ist im Gang

Langsam wird ein Schuh daraus, oder? Nehmen wir vorerst doch noch einen weiteren Umstand hinzu, nämlich die Ergebnisse der «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2023» (swiss active, 2023). Zuerst die Mitgliederzahlen, zu denen Folgendes geschrieben steht: «Insgesamt sind 1,16 Mio. Menschen Mitglied eines Fitnesscenters; das ist fast jeder sechste Erwachsene.» Dazu kommt die Erkenntnis: «Gesundheit er-

fährt [...] einen enormen Bedeutungszuwachs. [...] Dass die Menschen bereit sind, mehr in ihre Gesundheit zu investieren, ist eine wichtige Erkenntnis, welche die Branche einmal mehr als Zukunftsbranche auszeichnet.»

Qualitop ist Zukunftsbegleiter

Was bedeutet das jetzt? Der Umstand, dass in der Gesellschaft ein Umdenken stattfindet und dies eine Verschiebung im Wertesystem der Menschen zugunsten einer höheren Investition in die Gesundheit mit sich bringt, ist eine «Marketing-Steilvorlage» für die Anbieter im Markt, allen voran die Center.

Wenn es gelingt, die Kunden gezielt anzusprechen und abzuholen, wie in meinem eingangs erwähnten Beispiel, werden sich noch mehr Menschen die Investition in eine Centermitgliedschaft leisten. Dazu müssen sie sich jedoch wahrgenommen fühlen und spüren, dass sie neben Athleten und Bodybuildern, die ihre Grenzen ausloten, einen Platz auf Augenhöhe haben, auch wenn ihr Metabolismus für sie zweitrangig ist oder sie ihn sogar «unter ferner liefen» platzieren. Das neue Bewusstsein für und der Wunsch nach mehr Selbstständigkeit im Alter darf beim Krafttraining mehr ins Zentrum rücken.

Qualitop mit seinem Label steht dabei als Begleiter bereit und garantiert, dass die Fitnesscoaches in den Centern das nötige Rüstzeug und das aktuelle Know-how haben, um alle Kundengruppen optimal zu bedienen. Die Kommunikation und deren Fokus muss aber das Management vorgeben. Bei jedem Zwischenaudit werden die Verantwortlichen darum von den beauftragten Zertifizierern aufgefordert, ihre Strategie zu plausibilisieren und so am Ball zu bleiben. Für eine gesunde Zukunft für alle Akteure. ■



Literaturliste

Qualitop (Hrsg.). Handbuch Qualitop – Informationen & Ablauf zur Zertifizierung. Zugriff am 29.01.2024. Verfügbar unter https://qualitop.ch/wp-content/uploads/2020/11/qa-handbuch-anbieter-v2023_DE.pdf

Walter, N. (2023). Warum Sport nicht schlank macht. Zugriff am 29.01.2024. Verfügbar unter <https://www.tagesanzeiger.ch/warum-sport-nicht-schlank-macht-465564809083>

Jötten, F. (2023). Wer nicht trainiert stirbt früher. Zugriff am 29.01.2024. Verfügbar unter <https://www.tagesanzeiger.ch/wer-nicht-trainiert-stirbt-frueher-784585711223>

Pontzer, H., Raichlen, D. A., Wood, B. M., Mabulla, A. Z. P., Racette, S. B. & Marlowe, F. W. (2012). Hunter-Gatherer Energetics and Human Obesity. PLoS ONE 7 (7): e40503. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0040503>

swiss active (2023). Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2023. Zürich: swiss active.

VERANSTALTUNGEN

INFOVERANSTALTUNGEN ZUR BERUFSBILDUNG

- 12.03.2024** SAFS Infoveranstaltung, Zürich und digital
- 06.04.2024** SAFS Infoveranstaltung, Zürich und digital
- 06.05.2024** SAFS Infoveranstaltung, Zürich und digital

Mehr Informationen und Anmeldung unter www.safs.com

INFOVERANSTALTUNGEN ZUR HOCHSCHULBILDUNG

- 12.03.2024** Infoveranstaltung Master-Studium DHfPG, digital
- 21.03.2024** Infoveranstaltung Bachelor-Studium DHfPG, digital
- 15.04.2024** Infoveranstaltung Bachelor-Studium DHfPG, digital
- 16.04.2024** Infoveranstaltung Master-Studium DHfPG, digital
- 18.04.2024** Infoveranstaltung Betriebe DHfPG, digital
- 25.04.2024** Infoveranstaltung Bachelor-Studium DHfPG, Zürich und digital
- 23.05.2024** Infoveranstaltung Bachelor-Studium DHfPG, digital
- 30.05.2024** Infoveranstaltung Master-Studium DHfPG, digital

Mehr Informationen und Anmeldung unter www.safs.com oder www.dhfp.de/veranstaltungen

BILDUNGSMESSEN

- 20.03.2024** Maturierenden Messe, Bern

EVENTS

- 27.02 – 29.02.2024** paf Europe, Andermatt (swiss active offizieller Eventpartner)
- 06.04.2024** BranchenTag, Bern
- 25.05.2024** HealthExpo, Basel

KIESER

Kürzerer Name und neue Mitglieder der Geschäftsleitung

Kieser endet 2023 und startet 2024 gleich mit vier Topnews

Am 19. Januar 2024 gab das Schweizer Unternehmen bekannt, den bisherigen Markennamen Kieser Training AG auf Kieser zu verkürzen, um eine grössere Wiedererkennbarkeit zu schaffen. «Unsere Marke ist der Fels in der Brandung des Krafttrainings. Seit über 55 Jahren steht sie für gesundheitsorientiertes, effizientes Krafttraining», so Michael Antonopoulos, CEO Kieser Training AG. «Künftig fokussieren wir den Markennamen selbstbewusst auf das Wesentliche: KIESER. Der Markenname KIESER ist stark, wiedererkennbar und funktioniert in allen Märkten.» Die Firmierung der Unternehmensgruppe mit «Kieser Training AG» u. a. bleibt bestehen.

Auch das Logo des Schweizer Traditionsunternehmens wird angepasst. Das Rebranding wurde in einem radikalen Wechsel im Januar als Erstes in der Schweiz vollzogen und dann auf den internationalen Markt ausgeweitet.

Seit Jahresbeginn sind ausserdem Jeanine Minaty und Sabrina Mehri die neuesten Mitglieder der Geschäftsleitung von KIESER: Minaty verantwortet die Bereiche PR und HR als CCO in der DACH-Region. Mehri ist ab sofort als Chief Marketing Officer (CMO) für die strategische Weiterentwicklung der Bereiche Marketing und Vertrieb zuständig.

www.kieser.com

Mehrwertsteuererhöhung**8,1 Prozent seit****1. Januar 2024**

Das neue Jahr hat für die Gesundheits- und Fitnessbranche eine negative Entwicklung mit sich gebracht. Der Mehrwertsteuersatz (MwSt.) wurde zum 1. Januar 2024 von 7,7 auf 8,1 Prozent erhöht. Das hat bedeutende Auswirkungen auf verschiedene Leistungen und Angebote, einschliesslich Fitnessabonnements und Mitgliedschaften. Für Fitnessabonnements, die z. B. vom 1. Oktober 2023 bis zum 30. September 2024 laufen, bedeutet das Folgendes: Zu einem Viertel (1. Oktober 2023 bis 31. Dezember 2023) muss mit dem alten Steuersatz von 7,7



Prozent und zu drei Vierteln (1. Januar 2024 bis 30. September 2024) mit dem neuen Steuersatz von 8,1 Prozent abgerechnet werden.

Diese Änderungen sind das Resultat neuer gesetzlicher Bestimmungen. Bei Ihren Fitnessverbänden, u. a. swiss active, erhalten Sie Hilfe und wichtige Informationen bei Unklarheiten jeglicher Art.

bit.ly/swissactive-mehrwertsteuererhoehung

**Professionelles Content-Marketing
erlernen****Mit digitalen Inhalten
als Fitnesscenter
glänzen**

Das professionelle Kreieren von digitalem Content ist jetzt gefragter denn je. TikTok, Instagram, Website oder Blogs «leben» von einem professionell erstellten Content. Die Produktion von digitalem Content bietet in der Fitnessbranche eine grossartige Möglichkeit, die bestehende Community zu binden und neue Kunden zu gewinnen. Bei der Ausbildung zum Digital Content Creator vermitteln führende Experten der Branche ihr Wissen. Du erfährst, wie du Trainingsvideos erstellst, die diverse Übungen und Trainingstechniken zeigen. Von der korrekten Übungsausführung auf der Trainingsfläche bis hin zu Ernährungstipps weisst du, worauf es bei der Erstellung deiner Online-Inhalte ankommt. Du lernst die entscheidenden Basics kennen und verstehst es, dein Talent erfolgreich in der digitalen Welt zu präsentieren.

✓ **Content-Strategien entwickeln:**

Lerne effektive Content-Strategien zu entwerfen, die deine Zielgruppe ansprechen und die Markenpräsenz stärken.

✓ **Multimediale Inhalte erstellen:**

Entwickle Skills in der Erstellung verschiedener digitaler Inhalte, die auf unterschiedlichen Plattformen erfolgreich sind.

✓ **Professionelle Kameraführung:**

Erfahre, wie du dein Bild ansprechend mit der Platzierung des Hauptobjektes oder dem Fokuspunkt entsprechend der Regel der Drittel oder dem goldenen Schnitt gestaltest.

Der nächste Ausbildungsbeginn zum Digital Content Creator startet am 24. Februar 2024. Eine Teilnahme ist live vor Ort in Zürich oder online möglich. Sichere dir jetzt deine Teilnahme und erfahre, wie du deine digitale Expertise weiterentwickeln kannst. Kontaktiere für weitere Details info@safs.com oder besuche die Website unter www.safs.com.

Jetzt weiterbilden!

Mehr Wissen mit den SAFS Managementworkshops



Du möchtest deine Businessfähigkeiten auf das nächste Level anheben? Dann tauche ein in die Fitnessbusinesswelt und entdecke spannende Managementthemen im SAFS Weiterbildungsprogramm 2024. Die neuen Managementworkshops bieten dir die optimale Möglichkeit, dich live vor Ort in Zürich oder online weiterzuentwickeln. Obgleich du deine Teamführung verbessern, Marketingtools erlernen oder dich in den neuesten digitalen Trends weiterbilden möchtest – das SAFS Weiterbildungsprogramm hat das Richtige für dich.

SAFS Managementworkshops:

✓ Praxisnahe Inhalte:

Die Workshops zielen darauf ab, aktuelle Businesssituationen anzugehen und praxisnahe Lösungen vorzustellen.

✓ Expertengeführte Themen:

Profitiere von renommierten Dozenten und Führungskräften, die ihre Erfahrung und bewährten Methoden mit dir teilen.

✓ Interaktives Lernklima:

Entwickle deine Fähigkeiten durch interaktive Diskussionen, Fallstudien und praktische Beispiele.

Folgende spannende Themen erwarten dich:

- 09.03. | «Führst du oder wirst du geführt?» mit Edy Paul
- 16.03. | «TikTok Marketing für Fitness Trainer»
mit Frederik Neust
- 06.04. | «Motivation & Teamentwicklung – Group Fitness
Management» mit Manuela Mohr
- 07.04. | «Instagram-Marketing für Fitness Trainer»
mit Fabian Graf
- 20.04. | «Wie gewinnt man nachhaltig Neukunden?»
mit Giuseppe Verre
- 04.05. | «Ohne Kapital zum eigenen Fitness Center»
mit Edy Paul
- 11.05. | «Youtube Marketing für Fitness Trainer»
mit Frederik Neust
- 25.05. | «Effektive und zielgerichtete Marketingplanung»
mit Ralf Capelan

Sichere dir jetzt deine Teilnahme und erfahre, wie du deine Business-Skills noch weiterentwickeln kannst. Kontaktiere für weitere Details info@safs.com oder besuche die Website www.safswweiterbildung.ch, um noch mehr über das SAFS Weiterbildungsprogramm zu erfahren.

Save the date – 25. Mai 2024

swiss active Mitgliederversammlung



Am 25. Mai 2024 findet um 10.30 Uhr im Rahmen der zweiten HealthExpo die jährliche Mitgliederversammlung von swiss active statt. Mitglieder haben die Gelegenheit, Einblicke in die aktuellen Entwicklungen und strategischen Pläne des führenden Schweizer Verbandes der Fitness- und Gesundheitsbranche zu erhalten. Der Verband lädt zusätzlich dazu ein, u. a. die anschliessend stattfindende Podiumsdiskussion mit B2B-Apéro zu besuchen

oder sich am Nachmittag die Vorträge für die Fitness- und Physioindustrie anzuhören. Dabei präsentiert von 15 bis 18 Uhr unter anderem swiss active Partner «Verre-Consulting» hochinteressante Themen.

Anmeldung zur swiss active Mitgliederversammlung unter:
www.swissactive.ch/swiss-active-mitgliederversammlung-2024/

HYGIENE MIT SYSTEM!

BESTWIPES

- + Bereits vorgetränkt
- + Für alle Flächen geeignet
- + Kein lästiges Nachfüllen von Sprühflaschen
- + Keine Aerosole
- + Geruchsneutral
- + Fussfrei, reissfest und saugfähig
- + 1 Tuch kann für mehrere Geräte benutzt werden
- + Sicher und sparsam



KENNENLERN-ANGEBOT

CHF **299,-** STATT CHF 400,-

H90 cm, Ø30 cm, mattschwarz / Edelstahl, zzgl. MwSt. und Lieferung. **Alle Produkte sind sofort verfügbar!**

RKS GmbH | OPTIMUM11 Partner
Tel. +41 44 869 05 05

8193 Eglisau - Wasterkingerweg 4, M20 Areal
5400 Baden - Theaterplatz 2

**JETZT UMSTEIGEN UND
NUR VORTEILE GENIESSEN!**

bestellung@rks-gmbh.com
www.rks-gmbh.com



Jetzt QR-Code scannen
und Umfrage starten



An Leserumfrage teilnehmen

FITNESS TRIBUNE 207 bewerten und Buch gewinnen

Ihre Meinung ist gefragt! Sagen Sie uns, wie Sie die Beiträge der FITNESS TRIBUNE 207 fanden und gewinnen Sie mit etwas Glück das Buch «Wie du lernst, ein Team zu leiten» von Julie Zhuo.

Nehmen Sie dazu einfach über nebenstehenden QR-Code an der etwa fünfminütigen Umfrage teil. Jeder Beitrag kann auf einer Skala von «sehr gut» bis «sehr schlecht» – oder auch mit «nicht gelesen» – bewertet werden. Ausserdem bieten Kommentarboxen die Möglichkeit, Ihre Anregungen, Kritik und Ihr Lob zu formulieren. Alle Angaben werden vollständig anonymisiert und es werden keinerlei persönliche Daten abgefragt.

Sagen Sie uns Ihre Meinung und tragen Sie Ihren Teil dazu bei, das Fachmagazin FITNESS TRIBUNE noch näher an die Wünsche, Bedürfnisse und Erwartungen der Gesundheits- und Fitnessbranche zu bringen.

Mehr zum Buch, das Sie gewinnen können, erfahren Sie in dieser Ausgabe auf Seite 92.

www.fitnesstribune.com

Die Fitnesscommunity mitreissen

Volle Kursräume dank Les Mills

LES MILLS Kurse sind der Schlüssel zu vollen Kursräumen und einer powervollen Fitnesscommunity! Die hocheffektiven und energiegeladenen LES MILLS Programme bringen Fitnessinteressierte jeden Fitnessniveaus zusammen und bieten ein unvergleichliches Trainingserlebnis. Von BODYPUMP™ bis hin zu dem neuesten LES MILLS Programm DANCE™ bietet dir das Team von Les Mills Schweiz die gesamte Vielfalt. Nutze die Möglichkeit, als Kursleiter Teil der weltweiten Les Mills Family zu werden.

Erfahre alles zu Les Mills, zu den Ausbildungen und wie du dein Fitnesscenter lizenzierst unter www.lesmillschweiz.ch.

LES MILLS



Fotos: DHP/BSA | SAFS

EGYM

Besuche uns in
Halle 6, Stände 6A37 & 6C32



Scanne den QR-Code
und erfahre mehr.

Smart. Smarter. Genius.

Entdecke die neue und verbesserte
EGYM Experience auf der **FIBO 2024**.

Freddy Mora +41 (0) 79 123 58 33 | freddy.mora@egym.com

Daniel Holsträter +41 (0) 79 360 10 13 | daniel.holstraeter@egym.com

EGYM | Rüssenstrasse 12 | 6340 Baar

MALU sportsclub Wien

Besonderer «Kundenprototyp» wird zum Erfolgsmodell

Wer ein Fitnesscenter eröffnet, sollte die Antwort auf folgende Frage genaustens kennen: Welchen Kundentypen sollen Training, Geräte und Atmosphäre ansprechen? Das hat Ussy Doleh auf eine besondere Weise für seinen MALU sportsclub Wien beantwortet. Er hat das gesamte Studio so ausgerichtet, dass es zu ihm selbst und seinen eigenen Trainingsansprüchen passt. Wer nun glaubt, dass dieser Ansatz zum Scheitern verurteilt ist, liegt falsch. Seit sieben Jahren betreibt der passionierte Kraftsportler sehr erfolgreich seinen Club im Herzen von Wien, nicht zuletzt, weil er seine Zielgruppe bestens kennt.



Fotos: MALU sportsclub Wien



FITNESS TRIBUNE: Ussy, du betreibst seit 2017 den MALU sportsclub in der Wiener Innenstadt. Wie viele Mitglieder trainieren aktuell in deinem Club?

Ussy Doleh: Ich habe das Beers im Juni 2017 gekauft und es während des laufenden Betriebes komplett umgebaut und umstrukturiert. Im November des gleichen Jahres konnten wir dann vollständig wiedereröffnen. Seitdem heisst der Club auch nicht mehr Beers, sondern MALU sportsclub Wien.

Aktuell bewegen wir uns zwischen 600 und 700 festen Mitgliedern inklusive der täglichen Drop-ins – das sind insgesamt 1000 pro Monat. Von dem alten Kundenstamm sind aufgrund der vollständigen Neuausrichtung des Clubs nur wenige übrig geblieben. 80 bis 90 Prozent unserer Mitglieder sind Trainierende, die erst nach dem Umbau und der Umstrukturierung gekommen sind. Wir bewegen uns damit bei einer Clubauslastung von ca. 80 Prozent.

Für welchen Kundentyp hast du das MALU-sportsclub-Konzept entwickelt?

Ich habe mein ganz eigenes Konzept entwickelt und das umgesetzt, was ich persönlich für gut gehalten habe bzw. was mir in anderen Clubs gefehlt hat. Die Meinung anderer war mir dabei ziemlich egal, muss ich zugeben. Ich dachte immer, wenn ich mit diesem Konzept auf die Nase falle, dann aufgrund meiner eigenen Entscheidungen – ich habe mich selbst für das Farbkonzept, die Geräte und alles andere entschieden. Ich wollte, dass alles in diesem Studio mich repräsentiert. Und dann kommen wir auch schon zum entscheidenden Punkt der Frage: Ich wollte in erster Linie einen Club für mich schaffen. Ich wollte einen Club, in dem ich mich wohlfühle und in dem ich so trainieren kann, wie ich es möchte. Meine Hoffnung bzw. mein Wunsch war, dass es noch ein paar Leute gibt, die ähnlich denken wie ich. Und dieser Wunsch hat sich Gott sei Dank erfüllt.

All unsere Trainierenden möchten ihr Krafttraining mit qualitativ hochwertigen Geräten, einem gut ausgestatteten ▶





Freihantelbereich und einem «Spielplatz» für Functional Training absolvieren. Es war die Idee, das Beste reinzustellen. Die Kurzhanteln sind massangefertigt vom britischen Hersteller Watson Gym, weil das die weltbesten Kurzhanteln sind. Die Maschinen mussten von Hammer Strength kommen und alle so konstruiert sein, dass man iso-lateral trainieren kann und sie sollten überwiegend «Stack Loaded» sein, um vor allem auch für Frauen, die keine Gewichtsscheiben schleppen wollen, einen gewissen Komfort bieten zu können.

Die Atmosphäre spielt für dich offensichtlich eine grosse Rolle. Was erwartest deine Mitglieder – Premiumstudio trifft Eisenhalle?

Die Optik und die daraus entstehende Atmosphäre spielen für mich eine absolut grosse Rolle. Ich glaube, ich habe ein halbes Jahr gebraucht, um die Lackierung der Geräte auszusuchen (lacht). Eine Inspiration war dabei auf jeden Fall das David-BartonGym in Manhattan, New York. Dieses Studio in einer entweihten neogotischen Kirche vereint Licht, Gerätepark und Architektur perfekt miteinander.

Mich selbst hat es als Mitglied in anderen Clubs immer gestört, dass ich zwar mit den besten Geräten trainieren konnte, aber das anschließende Duschen und der Wellnessbereich ein Graus waren. Es schien diese «Hybridlösung» nicht zu geben. Deswegen habe ich sehr darauf geachtet, dass mein Studio das Gesamtpaket für Kunden wie mich erfüllt.

Du machst Zielgruppen durch spezielle Angebote auf dich aufmerksam. Welche sind das?

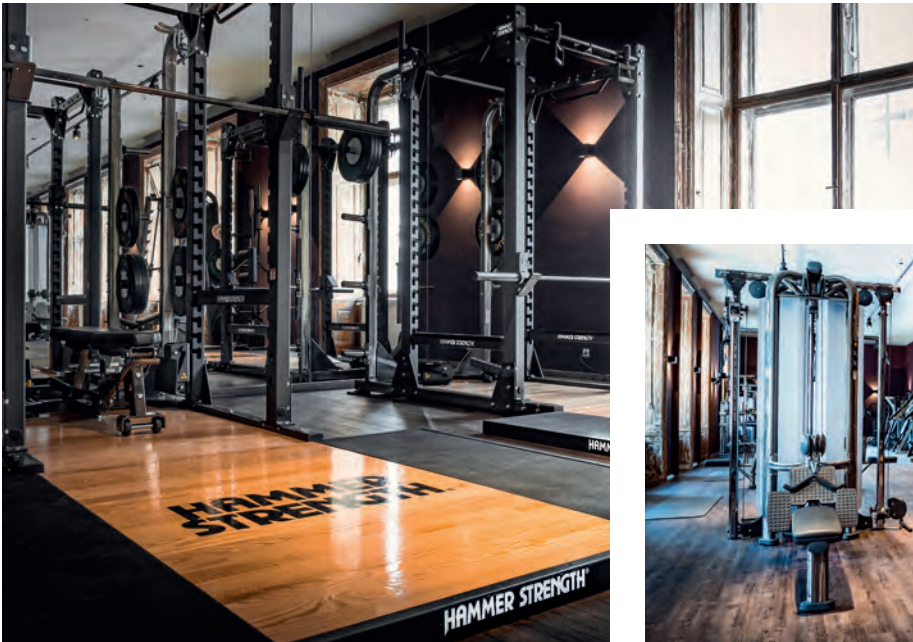
Wir vermieten den «Spielplatz» an externe Trainer. Das hat das Beers bereits gemacht. Und ich fand die Idee echt gut, habe den Bereich vollständig erneuert und völlig vom Club losgelöst: Wer kein Studiomitglied trainiert, darf sich nur auf dem «Spielplatz» aufhalten. Wer mit einem Studiomitglied trainiert, darf aber die gesamten Räumlichkeiten nutzen. Entsprechend gibt es auf dem «Spielplatz» all das Equipment, was man braucht, egal ob für Boxen, Ringen, Seilspringen oder Klettern. Das Warum ist dabei recht einfach: jungen Trainern die Möglichkeit geben, einen eigenen Kundenstamm aufzubauen, ihr Wissen weiterzugeben und sich weiterzuentwickeln, ohne ein enormes Anfangsinvestment. Wir sind, soweit ich weiss, der einzige Club in der Innenstadt, der diese Möglichkeit bietet.

Ausserdem trainiert noch eine Jiu-Jitsu-Schule bei uns, die ich bei der Gründung unterstützt habe. Ich stelle ihnen die Trainingsräume zur Verfügung, weil man immer etwas von seinem Wissen und seiner Erfahrung weitergeben sollte. Und das ist eine total tolle Geschichte, die mich persönlich wirklich glücklich macht. Alles, was ich in diesem Club anbiete, ist organisch entstanden, aus der Idee heraus, etwas zu machen, was noch keiner macht. Ich wollte nie sein wie andere. Ich wollte mein Ding machen.

Welcher Mehrwert ergibt sich aus dieser Kooperation für die Kundenansprache?

Der grösste Mehrwert für mich ist, dass all diese Menschen

Fotos: MALU sportsclub Wien



MALU

sportsclub



Freunde von mir sind. Das heisst, ich gehe Tag für Tag in meinen Club, in dem ich mit meinen Freunden trainieren und arbeiten kann.

Gleichzeitig kommen wir natürlich auch an ganz neue Zielgruppen ran, wie Kampfsportler oder Kunden, die viel Wert auf persönliche Betreuung legen. Wir haben entsprechend auch eine Kombimitgliedschaft kreiert, damit die Trainierenden alle Angebote auch preisgünstig nutzen können. Auch die Vereine oder Personal Trainer profitieren davon, weil sie auch lange nicht wussten, wie sie an ihre Zielgruppe rankommen und ein niedrigschwelliges Angebot schaffen können.

Wie wird das Angebot von den Mitgliedern angenommen?

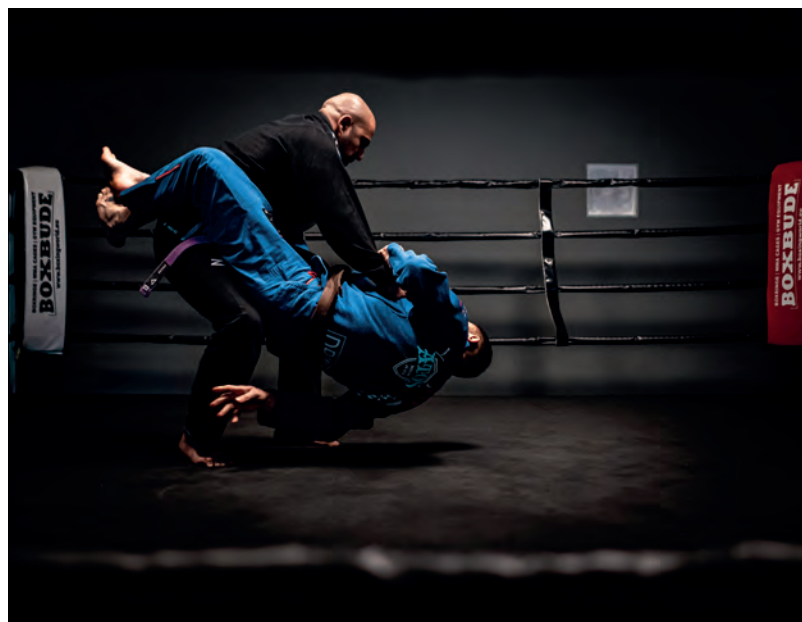
Die Nachfrage ist riesig, sodass ich den «Spielplatz» erweitern muss. Es ist für die ganzen Trainer, Trainierenden und Konzepte wie Boxen, Thaiboxen, PT, Judo, Jiu Jitsu, Martial Arts und Co. mittlerweile nicht mehr genügend Platz vorhanden.

Bei unseren Gruppenkursangeboten folgen wir bewusst nicht irgendwelchen Trends, die über Instagram und Facebook aus Amerika zu uns kommen. Für solche Kurse, in denen bei lauter Musik und Stroboskoplicht trainiert wird, bezahlen die Leute zwar viel Geld – aber will ich das? Will ich die Qualität meiner Betreuung wirklich so weit reduzieren? Nein, ich möchte lieber 15 Leute weniger trainieren, aber ihnen dafür ein Boxtraining mit einem hochqualifizierten Trainer liefern, in dem sie tatsächlich auch die Technik lernen.

Ich habe mich bewusst gegen solche Dinge entschieden, obwohl diese boomen. Aber es widerspricht diesem Zugang, den ich zum Fitnessstraining habe, und dem Qualitätsanspruch, den ich über alles stelle.

Stichwort: Qualität. Wie spiegelt sich dein Kundentyp auch in deinem Betreuungskonzept wider?

Wenn ein Neumitglied zu uns in den Club kommt, schauen ►





Über den Interviewpartner

Purer Zufall – bei Ussy Doleh ist das die treffende Beschreibung, wie er in die Gesundheits- und Fitnessbranche gekommen ist. Der sportliche Jurist nutzte das Fitnesstraining nach einem grossen Lebensereignis als Ausgleich zum seelischen Stress. Durch die Intensivierung seines Trainings probierte er im Laufe der Jahre viele Studios in Wien aus, die seinen eigenen Ansprüchen allerdings nicht gerecht werden konnten. Als das Fitness-training irgendwann zu einer lebensfüllenden Routine wurde, beschloss er 2015, ein eigenes Studio zu eröffnen. 2017 setzte er diese Idee letztlich in die Tat um und übernahm das Beers in Wien. Damit wollte Ussy Doleh eher sich die Möglichkeit eines für ihn idealen Trainings bieten als tatsächlich einen Beruf bzw. ein Unternehmen daraus zu machen. Dieses anfänglich als lockeres Hobby geplante Unternehmen entwickelte ein florierendes Geschäft und wurde zu einer gefragten Adresse in der Innenstadt von Wien, auch wenn er das Projekt Fitnesscenter nach eigener Aussage komplett unterschätzt hat.

Über den MALU sportsclub

1994 wurde das Beers eröffnet und war Anlaufstelle für viele Prominente wie Chaka Khan und Puff Daddy. Die damals noch vorwiegend als Tanzstudio genutzten Räumlichkeiten überzeugten Ussy Doleh durch die unschlagbare Lage direkt in der Wiener Innenstadt. Seit 2017 bietet das in MALU sportsclub Wien umbenannte Center Kraft- und Ausdauertraining sowie über 50 wöchentlich stattfindende Gruppenstunden auf Premiumniveau. Auch der Wellnessfaktor kommt nicht zu kurz. Besonders begeistert das Zusatzangebot u. a. mit Boxkursen, Jiu Jitsu und Muay Thai. Der MALU sportsclub soll ein Fitnesscenter sein, in dem die Mitglieder nicht zwischen hartem Training mit bestem Equipment und schöner Atmosphäre wählen müssen.

Der Name Malu stammt aus dem Hawaiianischen und bedeutet so viel wie Frieden, Schutz oder Stärke. Gleichzeitig ist es der Name von Ussy Doleh's Tochter.

www.malu.at



wir uns detailliert an, was das Mitglied braucht. Wir bieten Check-in-Packages an, die genau auf die Bedürfnisse abgestimmt sind – habe ich einen absoluten Anfänger vor mir oder jemand, der nur in einem spezifischen Punkt besser werden möchte. Das macht in der Betreuung natürlich einen grossen Unterschied. Wichtig ist uns aber, dass wir niemandem etwas aufdrängen, auch weil viele zu uns kommen, die bereits sehr viel eigenes Wissen haben. Die brauchen keine umfassende Einführung. Wir haben für jedes Bedürfnis eine entsprechende Option.

Wir arbeiten mit Mentoren, also hochqualifizierten Trainerinnen und Trainern, die wirklich nah an unseren Kunden sind und ihnen beste Betreuung liefern. Für mich ist ein Mentor im Gegensatz zu einem Trainer jemand, der versucht, seinen Kunden allumfassend zu betreuen. Wir haben Trainer, die neben dem physischen Training tatsächlich auch auf spiritueller Ebene mit ihrer Kundschaft arbeiten und beispielsweise Atemübungen und Meditation mit ihnen durchführen. Sie begleiten die Trainierenden auf ihrem Weg und sind nicht nur während einer 50-minütigen Einheit anwesend.

Diese Mentoren sehen den Club als ihre Homebase an. Sie kommen hierher, um ihr Leben wirklich hier zu leben. Viele könnten eigentlich auch einen Hauptwohnsitz bei mir anmelden. Es ist für sie zu einem kleinen Zuhause geworden. Und das merken eben auch unsere Trainierenden.

In diesem Club steckt sehr viel deiner Energie und auch das gesamte Trainingskonzept basiert auf deinen eigenen Bedürfnissen. Das ist tatsächlich sehr aussergewöhnlich. Deswegen die letzte Frage: Was bedeutet dir der Club?

Es ist und bleibt am Ende des Tages tatsächlich ein Herzensprojekt, das ich vor sieben Jahren begonnen habe und trotz mehreren Kaufangeboten nicht hergeben werde. Egal wie schwer die Situation auch während Corona war und teilweise jetzt auch noch ist, ich hänge sehr an dem MALU sportsclub. Und es freut mich auch wirklich sehr, dass ich über die FITNESS TRIBUNE mein Herzensprojekt vorstellen kann.

Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung

mit eidg.
Fachausweis



JETZT
STARTEN

safs.com

Infos &
Anmeldung





Österreichische Eckdatenstudie komplettiert DACH-Region

Transparenz für den eigenen und benachbarte Fitnessmärkte

Deutschland, die Schweiz und nun auch Österreich – zum 31. Januar 2024 endete die erste Erhebung der «Eckdaten der Fitnesswirtschaft Österreich». Damit ist der Blick auf die auf die Fitnessmärkte der DACH-Region komplettiert.

Mit dem Ziel, die Transparenz innerhalb der Fitnessbranche Österreichs zu erhöhen, erhebt die Wirtschaftskammer Österreich gemeinsam mit der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) die Eckdatenstudie auch auf dem österreichischen Markt.

Vorteile einer Marktstudie

Von dieser Markttransparenz profitieren die Betreiber von Gesundheits- und Fitnessanlagen einerseits, weil sie so Marktentwicklungen kennen und entsprechend reagieren sowie den Wettbewerb besser einordnen können. Andererseits profitieren Akteure der Fitnessbranche von einer solchen Studie, weil sie als wissenschaftlich fundierte Argumentationsgrundlage dient, um die Interessen der Branche und ihrer Mitglieder auf verschiedenen Ebenen, sei es in der Politik, gegenüber Kreditinstituten oder gegenüber den Medien durchzusetzen.

Marktstudie im Ländervergleich schafft Synergien

Der Fokus auf die gesamte DACH-Region stärkt die Argumente der Branche gegenüber den genannten Interessenvertretern weiter. Und mehr noch: Die Märkte der drei Länder zeigen Parallelen an vielen Stellen – womit sich Synergien auf tun, die die Fitnessbranche für sich nutzen kann.

Ergebnisse mit Spannung erwartet

Deutschland präsentiert die Ergebnisse der Eckdatenstudie

2024 exklusiv am 20. März 2024 in Köln. Die Schweiz hat ihre Ergebnispräsentation für Sommer 2024 angekündigt. Die Ergebnisse der ersten «Eckdaten der Fitnesswirtschaft Österreich» werden im Frühjahr 2024 erwartet.

Wo steht die Fitnesswirtschaft Österreichs vier Jahre nach Beginn der Corona-Krise? Wie fitnessaffin ist die österreichische Bevölkerung, auch im Vergleich mit Deutschland und der Schweiz? Welche Altersgruppen sind in den unterschiedlichen Fitnessanlagen Österreichs in welcher Häufigkeit zu finden? Welche Gruppen bedürfen Unterstützung seitens der Branche, um den Weg (zurück) in die Fitnessanlagen zu finden?

Diese und weitere Fragen werden die «Eckdaten der Fitnesswirtschaft Österreich» erstmals evidenzbasiert für die Branche beantworten.

Die FITNESS TRIBUNE wird über die Ergebnisse der ersten Eckdatenstudie Österreichs berichten. ■

Welche Vorteile es mit sich bringt, dass nun zu allen Märkten der DACH-Region Eckdatenstudien erhoben werden, und welche Parallelen und Synergien sich dadurch ergeben, erfahren Sie in dieser Ausgabe der FITNESS TRIBUNE ab Seite 52.

INTELLIGENT TRAINING CONSOLE 2.0

Unsere leistungsstärkste Kraftgeräteserie ULTRA wird mit der INTELLIGENT TRAINING CONSOLE 2.0 jetzt noch smarter.

Größer und mit kapazitivem Touchscreen, verbessert sie die individuelle Trainingsbetreuung, damit sowohl Einsteiger als auch Fortgeschrittene motivierter und effizienter trainieren.



EINFACH ANMELDEN PER RFID

Unkompliziert erfolgt die Anmeldung über RFID-Chip oder Armband: so stehen persönliche Einstellungen und Programme sofort zur Verfügung



EINFACH ALLES IM BLICK BEHALTEN

Demo-Videos für die korrekte Ausführung, Wiederholungen, Sätze, Pausen - alles findet sich auf dem großen Display. Trainingsdaten und -historie motivieren am Ball zu bleiben.



EINFACH BESSER TRAINIEREN

Ausgehend vom aktuellen Leistungslevel bietet die Konsole Trainingspläne für unterschiedliche Ziele wie Kraftausdauer, Muskelaufbau oder Maximalkraft.



BSA-Akademie – Ihr Weiterbildungspartner

Berufliche Qualifikation für Mitarbeitende

Für Unternehmen ist es vorteilhaft, ihre Mitarbeitenden nebenberuflich weiterzubilden bzw. Quereinsteigenden den Start in die Fitness- und Gesundheitsbranche zu erleichtern. Dafür bietet die BSA-Akademie über 80 staatlich geprüfte und zugelassene Lehrgänge. Das Lehrgangssystem besteht aus einem kombinierten Fernunterricht mit Fernlernphasen und kompakten Präsenzphasen, die digital oder an regionalen Lehrgangszentren in Österreich (Wien und Innsbruck) sowie bundesweit in Deutschland (z. B. München) absolviert werden können.

18.04.2024–21.04.2024, «Ernährungstrainer/in-B-Lizenz», Wien
 29.04.2024–30.04.2024, «Kursleiter/in Cardio», München
 30.05.2024–02.06.2024, «Yoga-Trainer/in-B-Lizenz», München

Ausserdem können Sie sich vor Ort in den Lehrgangszentren oder digital über das Lehrgangsangebot der BSA-Akademie informieren. Alle Termine finden Sie unter www.bsa-akademie.de/newsroom/events

www.bsa-akademie.de



**Mission to Mars für
 EasyMotionSkin und milon**

Kooperation mit Österreichischem Weltraum Forum

Das österreichische Unternehmen EasyMotionSkin wird offizieller Ausstatter der AMADEE-24 MARS SIMULATION des Österreichischen Weltraum Forums (ÖWF). Mithilfe moderner Trainingssysteme soll der Muskelschwund von sechs Analog-Astronautinnen und -Astronauten unter simulierten Marsbedingungen entgegengewirkt werden. Dies soll der Vorbereitung auf künftige Explorationen dienen und wichtige Erkenntnisse zu Trainingsabläufen und -ergebnissen liefern.

«Für EasyMotionSkin und milon bedeutet die Zusammenarbeit eine enorme Auszeichnung unserer Qualität und Wirksamkeit. Es bedeutet auch, Teil eines unglaublich engagierten und ambitionierten Weltraum-Projektes zu sein, das Astronautinnen und Astronauten und die Menschheit dem Mars wesentlich näher bringen kann», zeigt sich EasyMotionSkin Tec AG Vorstand und milon Industries GmbH CEO Bernhard-Stefan Müller begeistert.

www.milongroup.com



Griass di, Österreich

Urban Sports Club expandiert in die «Alpenrepublik»

Nach zwei Jahren starkem Wachstum, vor allem durch das Firmenkundengeschäft, expandiert die Sport- und Wellnessplattform Urban Sports Club nach Österreich. Der Eintritt in den österreichischen Markt soll die Mission des Unternehmens, Menschen zu einem aktiven und gesunden Lebensstil zu motivieren, weiter vorantreiben und lokale sowie international tätige Firmenkunden von diesem Ansatz begeistern. «In den vergangenen zwei Jahren konnten wir wieder ein starkes Mitgliederwachstum verzeichnen. Die weiterhin hohe Nachfrage aus dem In- und Ausland hat uns überzeugt, dass nun der geeignete Zeitpunkt gekommen ist, mit Österreich unseren siebten Markt zu starten und auch dort mehr Menschen zu einem aktiven und gesun-

den Leben zu inspirieren», so CEO Benjamin Roth. «Mehr als die Hälfte unserer Mitglieder machen bereits dank ihrer Arbeitgeber Sport über uns, Tendenz steigend. Diese positive Entwicklung begrüßen wir sehr. Sie lässt klar erkennen, wie sehr Unternehmen gewillt sind, in die Gesundheit der Mitarbeitenden zu investieren.»

Im Dezember 2023 konnte das Unternehmen eine erneute Finanzierungsrunde in Höhe von 95 Mio. EUR abschließen.

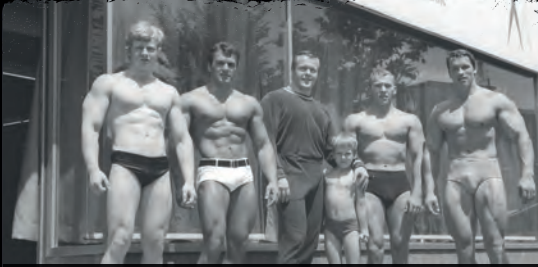
Die ganze Pressemeldung finden Sie unter bit.ly/urban-sports-club-expansion-oesterreich.

www.urbansportsclub.com





Josef Schnell beim Test eines Prototypen in den Anfangsjahren



Alfred Hammerschmidt, Dietmar Ulbrich, Peter und Axel Gottlob, Günter Heinlein, Arnold Schwarzenegger



1968: Werner Kieser an selbst gebauter Bizeps-Maschine

Die (r)evolutionäre Fitnessbewegung auf dem Weg zum Volkssport

Frühe Visionäre, Tüftler und Branchengrößen

Die starken «Eisenmänner» haben die frühe Fitnessbewegung in den 1960ern geprägt. Zu Anfang waren die Studios noch ausschliesslich von Männern besucht, bevor die Aerobic-Welle das Fitnesstraining auch für Frauen und eine breite Bevölkerungsschicht hip, sexy und salonfähig machte. Ohne die modernen Fitnesspioniere in der Geräte-, Kurs- und Branchenentwicklung wäre die heutige Fitnessbranche der DACH-Region keinesfalls möglich gewesen.

In der Nachkriegszeit wurde mit der Eröffnung erster Fitnessstudios in der DACH-Region, z. B. Harry Gelbfarb (1930–2005) in Deutschland 1955 oder Werner Kieser (1940–2021) in der Schweiz 1967, der Grundstein für die Fitnessentwicklung gelegt. Durch die ersten Bodybuildingwettkämpfe erhielt die Fitnessbewegung zwar eine grössere mediale Bühne, aber die wenigsten Studios wurden positiv angesehen und abfällig als «Muckibuden» bezeichnet.

Bis Ende der 1970er entsprachen weder die Geräte noch die Qualifikation der Trainer irgendwelchen einheitlichen Standards und es wurde sehr viel improvisiert – zum Glück könnte man wohl heute sagen.

Innovation und Improvisation – die (r)evolutionäre Entwicklung nimmt ihren Lauf

Die Kraftgeräte wurden meist selbst gefertigt und lizenzierte Trainer existierten praktisch nicht. Das Trainerpersonal wurde vornehmlich durch die Studiobetreiber geschult, die meist selbst aktive Bodybuilder waren. Aus diesen Anfängen entwickelte sich die Fitnessbranche enorm weiter – was auch an der Innovationskraft, dem Ideenreichtum und der Hartnäckig-

keit der folgenden, ausgewählten Branchenpioniere des internationalen Fitnessmarktes lag, von denen viele heute noch die Branche aktiv mitgestalten und weiter voranbringen.

Schnell – Tradition seit fast 70 Jahren

Josef Schnell (1934–2010) war in der Nachkriegszeit neben seiner Leistungssportkarriere einer der ersten Pioniere im Kraftgerätebau und entwickelte im Rahmen seines «kreativen Schaffens» unzählige Patente und Innovationen. Der siebenmalige Deutsche Gewichthebermeister gründete 1957 sein eigenes Unternehmen, das heute erfolgreich von seinen beiden Söhnen Klaus und Achim Schnell weitergeführt wird. Der findige Unternehmer, Erfolgstrainer und Tüftler entwickelte die Schnell Trainingsgeräte GmbH kontinuierlich weiter. 1972 wurde das Familienunternehmen zum offiziellen Lieferanten der Olympischen Spiele in München (in den Sportarten Gewichtheben, Ringen und Judo), erlangte so auch international Bekanntheit und geniesst seither nicht nur in Profisportlerkreisen eine hohe Akzeptanz und Wertschätzung. Der Name Schnell steht seit fast 70 Jahren in der Schweiz, in Österreich und Deutschland für höchste Ansprüche an Qualität, Biomechanik und Ergonomie.



80er: Friedemann Uhl (dritter von rechts) mit seiner DAVID-Diagnostik



Walter Herden, Herz und Seele von gym80

Galaktisch gut: Die Gottlobs machen Galaxy Sport zum internationalen Star im Geräteuniversum

Peter Gottlob war im Laufe seiner Karriere ein absoluter Innovator in Sachen Kraftgeräteentwicklung. Nach dem Erfolg seines ersten Studios in Stuttgart am Löwentor, in dem auch Stars wie Arnold Schwarzenegger und Franco Columbu trainierten, expandierte Gottlob in den Folgejahren und gründete weitere Studios. 1983 zog sich Peter Gottlob aus dem operativen Studiogeschäft zurück und gründete das Unternehmen «Galaxy Sport», um sich fortan ausschliesslich dem Vertrieb und der Entwicklung der eigenen Kraftgeräte für Bodybuilding, Fitness und Rehabilitation zu widmen. Diese vermarktete und entwickelte er gemeinsam mit seinem Sohn Axel trotz der starken internationalen Konkurrenz erfolgreich in Europa, Asien und den USA. Das Familienduo entwickelte mehr als 100 professionelle Trainingsmaschinen und machte Galaxy Sport Ende der 1980er zum führenden Anbieter professioneller Trainingsgeräte – bevor das Unternehmen 1992 verkauft wurde. Dem «Fitnessvirus» hat der Unternehmer sein ganzes Leben gewidmet und sein Sohn gestaltet bis heute die Branche mit seinem eigenen Institut und seiner Forschung aktiv mit.

Werner Kieser – DER spätere «Rückenflüsterer» entdeckt das Eisen

Laut seinen eigenen Angaben holte sich Werner Kieser (1940–2021) seine Inspiration unter anderem auch in den Studios von Poldi Merc (Berlin) und Peter Gottlob (Stuttgart), bevor er 1966 sein erstes Studio in Zürich in einer Abrisshalle eröffnete. Geld hatte er zu dieser Zeit nur wenig, aber dafür jede Menge Visionen und Eisen, das er billig auf dem Schrottplatz kaufte und zu Trainingsgeräten «veredelte». Sein spartanisches «Gebilde aus Schrott und Hoffnungen», wie er sein erstes Studio selbst süffisant bezeichnete, war der Startschuss für eine eindrucksvolle Entwicklung. 1967 gründete er die Kieser Training AG, reiste nach Amerika und brachte von dort jede Menge Inspiration, Know-how und auch die revolutionäre Nautilus-Gerätetechnik mit über den grossen Teich, für die er 1980 Generalimporteur in Europa wurde. Ein Jahr zuvor brachte er sein erstes Buch «Leistungsfähiger durch Krafttraining» heraus. 1990 eröffnete seine Frau Dr. med. Gabriela Kieser mit der von Arthur Jones

entwickelten Lumbar-Extension-Maschine (LE) in Zürich die erste europäische Praxis für medizinische Kräftigungstherapie, die aufgrund des grossen Erfolgs bei Rückenschmerzen zum festen Bestandteil des Konzeptes wurde. Neben dem Aufbau zahlreicher Studios und dem speziellen Kieser-Trainingprinzip, entwickelte, produzierte und vertrieb Kieser seit 1990 alle Maschinen selbst. Zu den Neuentwicklungen zählen z. B. die A5 für das Beckenbodentraining oder die B3/B4 zur Stärkung der Muskeln des Sprunggelenkes. Mittels Franchising expandierte er zunächst in der Schweiz und ab 1994 dann auch nach Deutschland und legte damit den Grundstein für das erste erfolgreiche Franchisekonzept der Branche. 2017 verkauften Werner Kieser und seine Frau das Unternehmen mit seinen 172 Studios in fünf Ländern an den langjährigen CEO Michael Antonopoulos und Verwaltungsrat Nils Planzer.

Mehr zur Geschichte von Kieser erfahren Sie im Beitrag «Kieser: Purismus und Effizienz». Scannen Sie dazu einfach nebenstehenden QR-Code.



gym80 – robustes «Heavy Metal» für internationalen Markt

Walter Herden und Peter Förster gründeten 1980 in Gelsenkirchen die Firma gym80. Herden war gelernter Heizungs- und Regeltechniker, der sich in seiner Freizeit leidenschaftlich dem Kraftsport widmete. Weil er auf dem Markt keine geeigneten Produkte fand, die seinen hohen Ansprüchen genügten, begann er damals in den Kellerräumen eines Gymnasiums in seiner Heimatstadt (wo er als Hausmeister arbeitete) eigene Fitnessgeräte zu konstruieren – mit durchschlagendem Erfolg. Durch Mundpropaganda baute er sich schnell eine grosse Fangemeinde auf, die Nachfrage stieg und im Jahr 1990 übernahm der Herner Unternehmer Wolfgang Tillmann das Unternehmen. gym80 steht seither für handwerkliche Präzision, Design, robusten Stahl und langlebige Produkte «für die Ewigkeit». Viele der ersten Kraftmaschinen tun heute noch verlässlich ihren Dienst, was insbesondere auch dem hohen Qualitätsanspruch des Gründers zu verdanken ist. Wolfgang Tillmann, seine Tochter Sonja, Arie van Winkelhof und der ▶

heutige Inhaber Simal Yilmaz haben diese Passionen und den Qualitätsanspruch in der gym80-DNA konsequent weiterentwickelt. gym80 vertreibt heute mehrere Hundert verschiedene Kraftmaschinen weltweit.

Vorreiter in Sachen NEM: Weider

Wer für Bodybuildingwettkämpfe trainiert bzw. aktiv Kraftsport betreibt, setzt seit jeher nicht nur auf die richtigen Geräte, sondern auch auf Nahrungsergänzungsmittel (NEM). Absolute Pioniere auf dem Gebiet waren die Brüder Joe und Ben Weider. Das Unternehmen Weider Sports Equipment Limited & Weider Health and Fitness wurde in den USA und in Kanada bereits 1945 gegründet. Es war eine der ersten Firmen überhaupt, die neben Trainingsgeräten und Co. weltweit ab 1948 auch Nahrungsergänzungsmittel herstellte und vertrieb. Bald waren die Produkte auch in der Schweiz erhältlich und aus dem kleinen Familienunternehmen wurde ein börsennotierter Konzern, der bis heute international zu einer der bekanntesten NEM-Marken gehört.

Stulpen, Leggings, Frauenpower – die Aerobic-Welle, ein Glücksfall für die Fitnessbranche

Der Beginn der Aerobic-Welle brachte in den achtziger Jahren einen enormen Schub für die gesamte Branche mit sich und löste praktisch über Nacht weltweit eine wahre Fitness- und Aerobic-Euphorie aus. Neben der absoluten Gallionsfigur Jane Fonda trug Sydne Rome dazu bei, Aerobic hierzulande bekannt zu machen. Mit ihrem Workout-Video «Jane Fonda's Workout» (1982) begeisterte die Amerikanerin eine ganze Generation: In ihrem Outfit aus Stulpen, Leggings und dem engen Body brachte sie nicht nur Frauen überall auf der Welt, sondern auch die gesamte Männerwelt ins Schwitzen. Ihr erstes Video wurde zum absoluten Kassenschlager, stürmte zahlreiche Rekorde und animierte immer mehr junge Frauen, sich nicht nur vorm TV aktiv fit zu halten. Diesen Trend setzte Adrienne Schladerer als erfolgreiche Ausbilderin und Presenterin mit ihrer «Forever-Fit-Videoreihe» weiter fort. Einschlägige Telegymnastikformate sorgten ebenfalls dafür, dass mit den Frauen eine neue Zielgruppe für die Fitnessstudios gewonnen wurde und zugleich der Grundstein für die modernen Kurssysteme gelegt werden konnte.

Les Mills – Gruppenkurse einer anderen Dimension

Bereits knapp zwanzig Jahre vor der «Aerobic-Welle» eröffnete jemand in Auckland, Neuseeland, sein erstes Fitnessstudio, dessen Name der Inbegriff für die Gruppenfitnesswelt werden sollte: Les Mills. In dem recht überschaubaren Fitnesscenter des vierfachen Olympiateilnehmers konnten Athletinnen und Athleten grundlegendes Kraft- und Ausdauertraining betreiben – von Gruppenfitness war auch damals noch nicht die Rede. Erst als sein Sohn Phillip in das familiengeführte Fitnessstudio einstieg, der zunächst nur motivierende Zeitschriften an die Indoor Biker verteilen sollte, kam die Wende. Phillip Mills absolvierte ein Auslandsstudium in den USA und war Zeuge der Geburtsstunde von Aerobic. Davon inspiriert kehrte er ins elterliche Fitnesscenter zurück und entwickelte Gruppenfitnesskurse zu moderner und motivierender Musik.

Die Resonanz war enorm und so entwickelte er auch in den kommenden Jahren gemeinsam mit seiner Frau Jackie, Ärztin und ehemalige Turnerin, das Konzept stetig weiter. Mit BODYPUMP™ und somit der Einführung von Gewichten in den Gruppenfitnessbereich stiessen sie eine regelrechte Revolution an. Heute setzen über 20 000 Center weltweit auf Les Mills Programme, von Yoga über Cycling und Tanzen bis hin zu Martial Arts und HIIT. Bis heute ist das Unternehmen ein Familienprojekt, denn auch die Kinder von Phillip und Jackie sind fester Bestandteil des Gruppenfitnessunternehmens.

Besonders in der Schweiz geniesst Les Mills grosse Beliebtheit. Viele Center vertrauen auf die hochwertigen und abwechslungsreichen Programme, wenn es um die Gestaltung ihres Gruppenfitnessangebotes geht.

Fitness auf dem Weg zum Volkssport – steigende Akzeptanz und neue Herausforderungen

Das moderne Fitnessstraining wurde gerade durch diese Entwicklungen und den Pioniergeist dieser «(r)evolutionären Zeit» deutlich facettenreicher. Fitness war in der Gesellschaft angekommen – aber von einer breiten Akzeptanz konnte man zu dieser Zeit trotzdem noch nicht sprechen, obgleich das mediale Interesse an der Branche stetig wuchs. Heute sind die früher belächelten Entwickler zu Pionieren und Vorbildern geworden. Sie zeigen uns, welches Potenzial in der internationalen Fitnessbranche stecken kann und was wir erreichen können, wenn wir an uns und unsere Idee glauben. In diesem Sinne: Kämpfen Sie für die Anerkennung und Akzeptanz unserer Branche – es zahlt sich aus. ■



Albert Busek

Albert Busek ist u. a. Unternehmer, Studiobesitzer, Gründer der BSA-Akademie und einer der Wegbereiter des Bodybuildings in Deutschland. Als Sportfunktionär bei Bodybuilding-Meisterschaften trat er erstmals 1960 in Erscheinung. Als langjähriger Präsident des Deutschen Bodybuilding- und Fitnessverbandes (DBFV) sowie Herausgeber und Chefredakteur mehrerer Bodybuilding-Zeitschriften stieg er zu einem der einflussreichsten Funktionäre der deutschen Kraftsportszene auf.

Florian Schmidt

Florian Schmidt absolvierte nach einem Studium im Hotelmanagement und mehreren Jahren Berufserfahrung in der internationalen Hotellerie zusätzlich ein Master-Studium in Sportwissenschaft. Er ist als Dozent, Wissenschaftsredakteur und Tutor für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement/ BSA-Akademie tätig.

www.dhfgp-bsa.de



Weiterführende Literatur

- Behringer, W. (2012). Kulturgeschichte des Sports: vom antiken Olympia bis zur Gegenwart. München: C. H. Beck Verlag.
- Geest, G. von der. (2012). Fitness-Bewegung. Vom Ursprung der «Mucki-Buden», Ärztezeitung. Zugriff am 07.01.2019. Verfügbar unter <https://www.aerztezeitung.de/panorama/article/822800/fitness-bewegung-ursprung-mucki-buden.html>
- Grenz, T. (2017). Mediatisierung als Handlungsproblem. Eine wissenssoziologische Studie zum Wandel materialer Kultur. Wiesbaden: Springer VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kieser, W. (2008). Die Entdeckung des Eisens. Stationen meines Lebens. Berlin: Econ Verlag.
- Pauls, J. (2015). Das grosse Buch vom Krafttraining. München: Stiebner Verlag.
- Stemper, T. (2017). Sport für alle – in kommerziellen Fitnessanlagen. In D. H. Jütting & M. Krüger (Hrsg.), Sport für alle. Idee und Wirklichkeit (Edition global-lokale Sportkultur, Band 31). Münster: Waxmann.

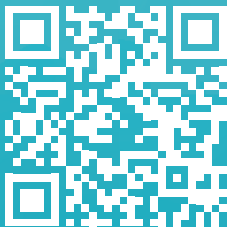
Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte info@fitness-tribune.com.

Wertvolle Mitarbeiter für Ihr Center

Jetzt dual Studierende ausbilden!

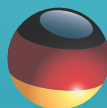
Ihre Vorteile als Ausbildungsbetrieb

- Studierende lernen direkt in der Praxis anwendbare Kompetenzen umzusetzen
- Überschaubare Personalkosten bei gleichzeitig hoher Einsatzfähigkeit
- Maximale Flexibilität durch Fernstudium mit kompakten Lehrveranstaltungen (auch digital möglich) – plus betriebliche Tätigkeit
- 7 duale Bachelor-Studiengänge
u. a. Bachelor of Arts Fitnessökonomie in Zürich



safs.com/studium

Offizieller Kooperationspartner der DHfPG:



Deutsche Hochschule
für Prävention und Gesundheitsmanagement
University of Applied Sciences





Die gesamte Studie zum Nachlesen finden Sie hier.

Wie fällt das Ranking dieses Jahr aus?

Die ACSM-Fitnessrends 2024

Welche neuen Trends bewegen die Gesundheits- und Fitnessbranche dieses Jahr? Wie hat sich das Ranking im Vergleich zum letzten Jahr verändert? Und welche Neuheiten erwarten uns? Anfang dieses Jahres hat das American College of Sports Medicine (ACSM) wieder das alljährliche Ranking zu den internationalen Fitnessrends veröffentlicht. Die Studie gilt innerhalb der Gesundheits- und Fitnessbranche als aussagekräftiges Stimmungsbarometer und kann Entscheidungsträgern Orientierung bei der künftigen Ausrichtung bieten.

Wer wissen möchte, welche Trends die Fitnesslandschaft bestimmen werden, wartet jedes Jahr gespannt auf die Veröffentlichung des «Worldwide Survey of Fitness Trends». Und auch Anfang 2024 hat das ACSM die Mitglieder der Gesundheits- und Fitnessbranche nicht enttäuscht und den Report unter dem Titel «2024 ACSM Worldwide Fitness Trends: Future Directions of the Health and Fitness Industry» herausgegeben.

So entstehen die Ergebnisse

Damit Entscheidungsträger der Gesundheits- und Fitnessbranche bestens über die Trends innerhalb der Branche informiert sind und dementsprechend ihre Investitionen in Personal, Einrichtung und Equipment planen können, veröffentlicht das ACSM seit 18 Jahren seine Studienergebnisse. Durch die erhobenen Daten sollen potenzielle Trends für die Fitnessbranche vorhergesagt werden und somit als wertvolle Orientierung für Betreiberinnen und Betreiber dienen.

Weltweit wurden 1997 Fitnessexpertinnen und -experten, u. a. Personal Trainer, Studiobetreibende, Physiotherapeuten und Wissenschaftler, zu ihren Einschätzungen zu aktuellen Trends und Entwicklungen befragt. Aus 45 potenziellen

Trends in acht verschiedenen Kategorien konnten die Teilnehmenden jeweils ihre Top 20 zusammenstellen. Der Begriff «Trends» ist dabei aber nicht mit kurzzeitigen Modeerscheinungen zu verwechseln, im Kontext der Studie wurde er als «eine allgemeine Entwicklung oder Veränderung in einer Situation oder in der Art und Weise, wie sich Menschen verhalten», definiert.

Ein Blick in die Vergangenheit

Auch die Fitnessbranche ist schnelllebig und die Endverbraucher verlangen von ihr stets höchste Aktualität. Um diese zu gewährleisten, müssen Dienstleistungen immer wieder an die neuen Anforderungen angepasst werden. Blickt man zurück in das Jahr 2020 wurden hier vor der Corona-Pandemie Wearables, High-Intensity Intervall Training und Gruppenfitness als die potenziellen Top-Three-Trends auserkoren. Durch die massiven globalen Entwicklungen durch COVID 19 rückten für 2021 und 2022 von jetzt auf gleich Online-Training, Homefitness und Outdooraktivitäten auf die vorderen Rankingplätze.

Interessanterweise wendete sich diese Entwicklung wieder bei der Auswertung für 2023. Sämtliche Trends, die als Reaktionen auf Studioschließungen und Quarantänevorschriften

eingestuft werden konnten, wie z. B. Online-Training, fielen aus den Top-Ten-Plätzen heraus. Stattdessen rückten abermals die Wearables-Technologie, Krafttraining sowie Fitnessprogramme für Ältere auf die vorderen Ränge.

Die Top Ten 2024

Zum dritten Mal in Folge sind Wearables auf dem ersten Platz im Trendbarometer. Die weiteren Plätze sind durchmischt und auch neue Trends haben es in die Top Ten geschafft.

Platz 1: Wearables

Seit 2016 – mit Unterbrechungen 2018 und 2021 – nehmen Fitnesstracker, Smartwatches und Co. den ersten Platz im Ranking der Fitnessrends ein. Echtzeitinformationen zu Herzfrequenz, Schrittzahl, Schlafdauer u. v. a. m. erlauben es den Trainierenden, ihre tägliche körperliche Aktivität zu beobachten sowie Fortschritte zu verfolgen.

Platz 2: Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz

«Von null auf hundert» – diese Redewendung beschreibt diesen Rankingplatz wohl am besten. Während Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz in den vergangenen Jahren unter den Fitnessrends gar nicht in Erscheinung getreten ist, belegt sie 2024 als Neueinsteiger direkt den zweiten Platz. Das verstärkte Interesse für Gesundheit und Lebensqualität spiegelt sich mittlerweile also auch in entsprechenden Massnahmen am Arbeitsplatz wider, von denen sowohl Arbeitnehmer als auch Arbeitgeber profitieren.

Platz 3: Fitnessprogramme für Ältere

Der Anteil der Menschen 65 plus steigt weltweit an und mit steigendem Alter erhöht sich wiederum das Risiko für chronische Krankheiten und Stürze. Um die Auswirkungen von Krankheiten zu verringern oder Krankheiten gar gänzlich vorzubeugen, die Unabhängigkeit älterer Menschen zu erhalten und somit deren Lebensqualität über den gesamten Alterungsprozess aufrechtzuerhalten, ist regelmässiges körperliches Training eine sinnvolle Prävention. Das gestiegene Bewusstsein dafür zeigt sich in diesem Rankingplatz.

Platz 4: Training zur Gewichtsreduktion

Ein Klassiker unter den Trainingsmotiven, der es in den vergangenen 18 Jahren jedoch nicht immer unter die Top Ten geschafft hat. Regelmässiges Training verbessert die Stoffwechselfunktion und reduziert so das Körperfett. Dafür sollte aerobem und anaerobem Training nachgegangen und die Ernährung umgestellt werden, um ein Kaloriendefizit zu erreichen.

Platz 5: Erstattung für qualifizierte Fachkräfte

Hierbei geht es um die Anerkennung der Fitnessfachkräfte als Teil des Gesundheitswesens und im Zusammenhang damit um die Erstattung ihrer Dienstleistungen. In vielen Teilen der Welt bestehen hier auf politischer Ebene noch erhebliche Hindernisse.

Die Top Ten der ACSM-Fitnessrends

- 01** Wearables
- 02** Gesundheitsförderung am Arbeitsplatz (BGM/BGF)
- 03** Fitnessprogramme für Ältere
- 04** Training zur Gewichtsreduktion
- 05** Erstattung für qualifizierte Fachkräfte
- 06** Beschäftigung von zertifizierten und gut ausgebildeten Fachkräften
- 07** Mobile Übungs-/Trainings-Apps
- 08** Training zur mentalen Gesundheit
- 09** Bewegungsförderung im Jugendalter
- 10** Personal Training

Fazit

Die ACSM-Studie zu den Fitnessrends 2024 bietet hochinteressante Einblicke in die Entwicklungen der Branche und dient Entscheidungsträgern als wertvolles Stimmungsbarometer. Der Trendreport präsentiert zusätzlich Auswertungen zu einzelnen Regionen, die somit z. B. länderspezifische Einblicke liefern. Bei trendbezogenen Entscheidungen oder Investitionsvorhaben, sollten unbedingt diese regionalen Unterschiede berücksichtigt werden. Ausserdem: Es wurden keine Endverbraucher, sondern Branchenmitglieder befragt. ■

Das American College of Sports Medicine (ACSM)

Das American College of Sports Medicine gilt als renommierte Institution im Bereich Sportwissenschaft und Bewegungswissenschaften. Neben der Ausrichtung wissenschaftlicher Kongresse gibt das ACSM sportmedizinische Zeitschriften heraus und veröffentlicht kontinuierlich Berichte und Studien, die weltweite aktuelle Entwicklungen im Gesundheits- und Fitnessbereich beleuchten.



Eckdaten für die Schweiz, Deutschland und Österreich

Synergien für die Branche

Anzahl der Center auf dem Markt, Mitglieder- und Beschäftigtenzahlen – diese und weitere Kennzahlen sind Bestandteil der «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft», die swiss active seit 2021 gemeinsam mit der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) veröffentlicht, sowie der «Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft» und ab 2024 auch der «Eckdaten der Fitnesswirtschaft Österreich». Damit liegen Daten über alle drei Fitnessmärkte der DACH-Region vor, was die Position der gesamten Branche im Austausch mit Interessenvertretern aus Politik, Wirtschaft und Finanzen stärkt.



ECKDATEN

DER FITNESSWIRTSCHAFT ÖSTERREICH

'24

Seit 15. Januar 2024 läuft die nun schon vierte Erhebung für die «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft» – eine Marktstudie, die den Fitnessmarkt in der Schweiz vollumfänglich beleuchtet und wichtige Kennzahlen, auch im Verlauf, darstellt. Nicht nur für die Akteure der Fitnessbranche liefert diese Studie einen enormen Mehrwert, da die Center ihre eigene Marktposition besser einordnen und entsprechende Handlungsempfehlungen ableiten können. Auch Trends werden frühzeitig erkannt und können entsprechend im Leistungsportfolio abgebildet werden. Auch gegenüber wichtigen Vertretern anderer Branchen

wie beispielsweise Krankenkassen, Kreditinstituten oder der Politik dienen die Eckdaten als wichtige, wissenschaftlich basierte Referenz, um die Interessen der Branche weiter durchzusetzen.

Fitnessmärkte der DACH-Region beleuchtet

Seit 2021 erhebt swiss active in Zusammenarbeit mit der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) die «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft» und folgt damit dem deutschen Beispiel. Dort bilden die Eckdaten bereits seit 1989 die Entwicklung der Fitnessbranche wissenschaftlich ab. 2024 folgt nun zum ersten Mal auch Österreich nach demselben Schema – womit künftig ein Vergleich des eigenen Marktes mit den anderen Märkten der DACH-Region möglich sein wird – und das bietet viele Vorteile.

Die Fitnessbranche in der Schweiz

Die «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft» zeigen, dass die Branche ihrem Namen als Zukunftsbranche alle Ehre macht. Nach den immensen Rückschlägen durch die Corona-Pandemie und den damit verbundenen Einschränkungen erholen sich wichtige Kennzahlen der Schweizer Fitnesswirtschaft schnell. So stieg die Zahl der Mitglieder im Vergleich 31. Dezember 2021 zu 31. Dezember 2022 wieder um 11,7 Prozent an – was verdeutlicht, dass die Menschen den Weg zurück in die Center suchen. Fitness ist wieder auf Erfolgskurs (swiss active, 2023).

Interessant ist ebenfalls, dass neben dem Kernangebot in den Centern das Personal Training im Vergleich 2021 zu 2022 einen enormen Bedeutungszuwachs erfährt. Selbiges gilt für die Ernährungsberatung (swiss active, 2023). Diese beiden Beispiele machen deutlich, dass die Eckdatenstudie nicht nur wichtige Kennzahlen abbildet, sondern auch Trends erkennen lässt, die es in den Centern auf Erfolgspotenzial zu prüfen gilt.

Ländervergleiche offenbaren Trends

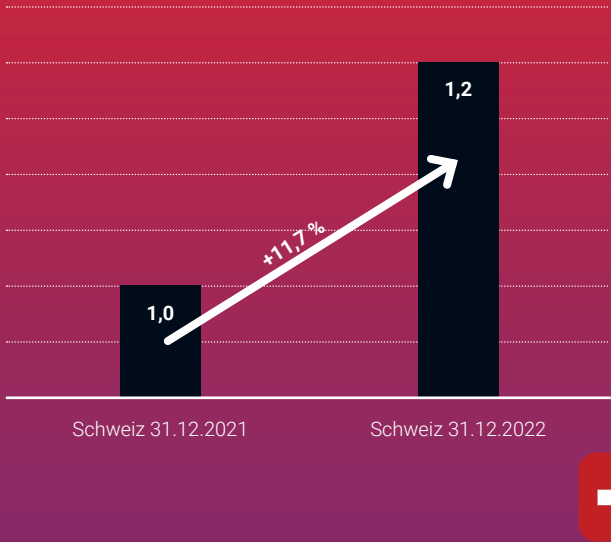
Die Eckdatenstudien aus Deutschland, Österreich und der Schweiz stehen nicht einfach nur nebeneinander. Aufgrund der identischen Methodik sind die Studien vergleichbar – und durch den Ländervergleiche entstehen Synergien.

Während landesintern also bereits Entwicklungen und Potenziale durch die Studie offengelegt werden, bietet der Ländervergleich einen noch umfassenderen Einblick in die Dynamik der Fitnessmärkte. Die Basis, die es erlaubt, Erkenntnisse auch aus den Studien der Nachbarländer zu ziehen, sind die vielen parallelen Entwicklungen, die die Fitnessmärkte der DACH-Region aufweisen.

Auch, wenn sich die Schweiz insgesamt als tendenziell fitnessaffiner zeigt als Deutschland (Reaktionsquote: 13,3 % in der Schweiz zu 12,4 % in Deutschland) (DSSV e. V., 2023; swiss active, 2023), ist beispielsweise der Trend, zurück in die Center zu kehren, in beiden Ländern deutlich spürbar (vgl. Abb. 1). ▶

MITGLIEDERZAHLEN

31.12.2021 vs. 31.12.2022 (in Mio.)



MITGLIEDERZAHLEN

31.12.2021 vs. 31.12.2022 (in Mio.)

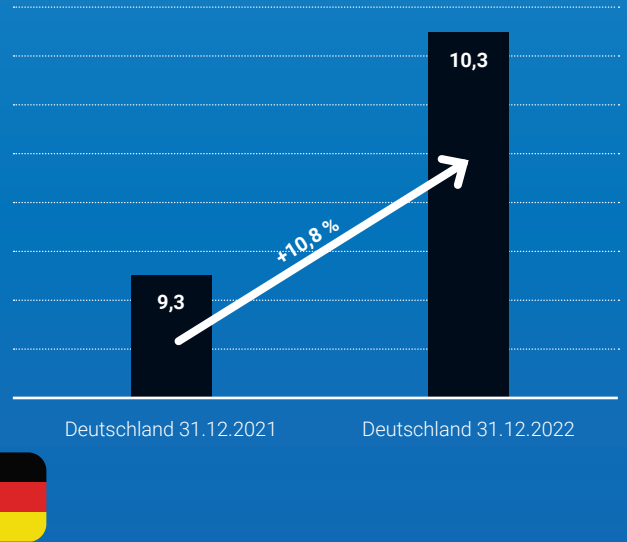


Abb. 1: Mitgliederzahlen 2021 vs. 2022 – Schweiz und Deutschland (modifiziert nach DSSV e. V., 2023; swiss active, 2023)

Trotz steigender Mitgliederzahlen zeichnet sich in beiden Ländermärkten die Entwicklung ab, dass sich die Zahl der Trainierenden 60 plus – eine enorm wichtige Zielgruppe – rückläufig zeigt. Diesem Trend, den die Eckdatenstudien offenlegen, gilt es entgegenzuwirken. Eine weitere wichtige Gemeinsamkeit des Schweizer und des deutschen Fitnessmarktes zeigt sich im Selbstverständnis der Branche: Fitnesscenter verstehen sich mehrheitlich als Gesundheitsdienstleister – und sind sich ihres enormen Gesundheitsbeitrags für die Bevölkerung damit souverän bewusst. Aufseiten der Bevölkerung hat sich das Gesundheitsbewusstsein vor dem Hintergrund der Corona-Krise verstärkt. Die Menschen mit einer Studiemitgliedschaft sind bereit, durch regelmässiges Fitnesstraining aktiv in ihre Gesundheit zu investieren (DSSV e. V., 2023; swiss active, 2023).

Wie die Schweiz durch die Ländervergleiche profitieren kann

Argumente, die für die Fitnessbranche als attraktiven Partner sprechen, gewinnen noch mehr an Gewicht, wenn sie nicht nur für ein einzelnes Land, sondern wie vorliegend für die Fitnessmärkte der kompletten DACH-Region gelten. Die vielen Parallelen in der Entwicklung, insbesondere das Selbstverständnis als Gesundheitsdienstleister und die Nachfrage dieser Dienstleistung durch die Kunden sowohl in Deutschland als auch in der Schweiz, untermauern die Bedeutung von Fitnesstraining für die körperliche Gesundheit deutlich und stärken damit die Position der Fitnessbranche gegenüber Krankenversicherern, dem Gesundheitswesen als solchem und der Politik.

Auch sind, gerade aufgrund der starken Parallelen in den Ländermärkten, sich abzeichnende Trends auf das jeweils eigene Land übertragbar. Setzt sich beispielsweise in der Schweiz ein bestimmter Fitnessstrend durch, ist es naheliegend, dass dieser sich auch in Deutschland etabliert. Natürlich sind hier landesspezifische Besonderheiten zu beachten. Dennoch liefert der Ländervergleich wichtige Hinweise und erlaubt den Betreibern, sich auf künftige Entwicklungen besser vorzubereiten, um auch in Zukunft erfolgreich am Markt zu agieren und die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden frühzeitig zu antizipieren und zu bedienen.

Die neuesten Erhebungen stehen in den Startlöchern

An der aktuellen Erhebung zu den «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2024» können Sie teilnehmen und Ihren Beitrag leisten. Die Umfrage ist in deutscher, französischer und italienischer Sprache verfügbar unter <https://www.dhfp-g-bsa.de/survey-ch-2024/>

Während die Ergebnisse der neuesten Schweizer Eckdatenstudie im Sommer 2024 veröffentlicht werden, präsentiert Deutschland die Ergebnisse bereits am 20. März in Köln. Die Ergebnisse für Österreich werden im Frühjahr 2024 erwartet.

Die FITNESS TRIBUNE wird in den kommenden Ausgaben über alle Eckdatenstudien 2024 berichten. ■

Literaturverzeichnis

swiss active. (2023). Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2023. Zürich: swiss active.
 DSSV e. V. - Arbeitgeberverband Deutscher Fitness- und Gesundheit-Anlagen (Hrsg.). (2023). Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft 2023. Hamburg: Hrsg.

MEHR ERFOLG FÜR FITNESS- UND GESUNDHEITS-STUDIOS



Erfolg ist die Summe richtiger Entscheidungen. Die können wir zwar nicht für dich treffen, aber wir können dich und dein Team mit jahrzehntelanger Erfahrung und erfolgserprobten Offline- und Online-Konzepten unterstützen. Das alles vollkommen auf dein Studio individualisiert, so dass du mit voller Authentizität am Markt auffällst und wahrgenommen wirst.

Kurt Meile, Mitinhaber seuzifit Seuzach, spezialisiert auf hochwertiges Fitness- und Gesundheitstraining mit milon, five, Sensopro etc.

„Die Zusammenarbeit mit ACISO Schweiz ist für mich unglaublich wertvoll und unbezahlbar, da Kampagnen und Werbemedien perfekt auf uns abgestimmt sind und wir so sehr authentisch in der Region auftreten. Wir haben z.B. kurz vor Weihnachten eine eigene seuzifit-Zeitung herausgegeben und daraus schon viele Interessenten gewonnen. Für mich ist Trix Eggmann von ACISO Schweiz einfach der ideale Marketingpartner und mitverantwortlich an unserem Erfolg die letzten Jahre. Vielen herzlichen Dank an Trix!“



Claudia Buchser, LadyForm Biberist, spezialisiert auf gesundheitsrelevante Konzepte für Frauen wie das Schmerzfrei-Konzept, five, Sensopro, AirShaper, TESLA etc.

„Ich investiere in einen klugen Marketingmix online und offline. Dazu berät mich ACISO Schweiz sehr gut und mein Unternehmen kann sich so bestens weiterentwickeln und wachsen. Dadurch bleibt das Angebot für ‚unsere Frauen‘ spannend und attraktiv. Gerne setze ich weiterhin auf die kompetente Unterstützung von ACISO.“



DU WILLST DAS AUCH?

Sichere dir jetzt eine **kostenlose Mini-Potenzialanalyse** oder lass uns einfach unverbindlich darüber sprechen, wo bei dir der Schuh drückt.



ACISO Schweiz

Trix Eggmann 079 434 00 63
beatrice.eggmann@aciso.com



In Brüssel wird Erfolg gefeiert

Die Abschlusskonferenz des #BEACTIVE DAY

EuropeActive und seine nationalen Verbände kamen am Freitag, den 8. Dezember 2023, zusammen, um auf ihrer jährlichen Konferenz in Brüssel den Erfolg der #BEACTIVE DAY-Kampagne 2023 zu feiern und zu diskutieren. Bei der Veranstaltung wurden die aussergewöhnlichen Erfolge der dritten Auflage dieser europaweiten Kampagne, die den Spass und die Bedeutung von körperlicher Aktivität durch eine Vielzahl an kostenfreien Veranstaltungen sowie Aktivitäten in ganz Europa feiert, vorgestellt.

Die Konferenz begann mit einer herzlichen Begrüssung durch Anna Miškovičová (Communications & Campaign Officer EuropeActive), die enthusiastisch durch den Abend moderierte. Jennifer Halsall-de Wit (President's Council Secretary) unterstrich anschliessend das unermüdliche Engagement von EuropeActive für die «Europäische Woche des Sports» und betonte die zentrale Rolle der Organisation bei der Förderung von Gesundheit und Fitness auf dem gesamten Kontinent. Zum Abschluss des Eröffnungsabschnitts präsentierte Kiera Wason (EU Affairs Manager) die herausragenden Ergebnisse der Kampagne #BEACTIVE DAY 2023, die in der #BEACTIVE DAY-Broschüre 2023 zusammengefasst sind:

- 24 Länder
- 5524 Veranstaltungen
- 444 289 Teilnehmer
- über 6,18 Millionen Menschen durch Social Media erreicht (entspricht fast einer Verdoppelung der Vorjahresreichweite von 3,2 Millionen)

Erfolg dank des Engagements nationaler Fitnessverbände

Durch ihre proaktive Umsetzung des #BEACTIVE DAY konnte die Bedeutung des Gesundheits- und Fitnesssektors wirksam

demonstriert werden, wenn es darum geht, die Menschen auf dem ganzen Kontinent in Bewegung zu bringen. Die Konferenz bot hierbei eine Plattform, um die aussergewöhnlichen Beiträge anzuerkennen und zu würdigen, insbesondere durch Präsentationen der nationalen Verbände, die Teil des Projektkonsortiums des #BEACTIVE DAY 2023 sind. Vertreter aus der Tschechischen Republik, Frankreich, Griechenland, Ungarn, Lettland, Nordmazedonien, Portugal, Rumänien und Serbien berichteten über ihre nationalen Ergebnisse und einzigartigen Erfahrungen und zeigten auf, auf welche unterschiedliche und wirkungsvolle Weise der #BEACTIVE DAY in ihren jeweiligen Ländern angenommen wurde. Diese Geschichten veranschaulichen die grosse Reichweite der Kampagne und die kollektiven Anstrengungen zur Förderung von körperlicher Aktivität und Fitness.

Smith unterstreicht Bedeutung der EWoS

Olivier Smith (Deputy Head of the European Commission's Sport) betrat die Bühne, um an die Bedeutung der Europäischen Woche des Sports 2023 (EWoS) zu erinnern. Er hob die starke Synergie zwischen der Europäischen Woche des Sports und dem #BEACTIVE DAY hervor und betonte die entscheidende Rolle, die Sport und körperliche Aktivität bei der Re-

flexion und Gestaltung gesellschaftlicher Werte spielen können. Anlässlich des Starts der EWoS unterstreicht die **#BEACTIVE DAY**-Kampagne die klare Botschaft der Europäischen Kommission, wie wichtig es ist, einen aktiveren und gesünderen Lebensstil für Millionen von Menschen auf dem ganzen Kontinent zu fördern und leistet somit einen wichtigen Beitrag zum wachsenden Erfolg der Europäischen Woche des Sports.

Dritte Auflage verfolgt generationenübergreifenden Ansatz

Damit sollen die jüngsten und ältesten Altersgruppen sowohl häufiger als auch gemeinsam zu mehr Bewegung angehalten werden. Valdemar Maitis (Manager Fit&Sund) stellte den Zuhörern den **#BEACTIVE DAY 2023 Inclusion Guide** vor. Der Leitfaden, der in zehn Sprachen verfügbar ist, wurde in Zusammenarbeit zwischen Experten und dem Projektkonsortium verfasst und soll das Engagement für gesundheitsfördernde körperliche Aktivitäten in verschiedenen Altersgruppen fördern. Fabrice Williquet (Owner and Managing Director Physical Coaching Academy) stellte daraufhin die zweite Neuheit der letzten Kampagne vor: die Eröffnungsveranstaltung in Brüssel. Die gemeinsam von EuropeActive, David Lloyd Uccle und der Physical Coaching Academy organisierte Veranstaltung bot den Teilnehmern die einmalige Gelegenheit, an

kostenfreien Workshops teilzunehmen. Geleitet wurden diese von zertifizierten Trainern. Im Anschluss hob Florian Brauer (Senior Global Brand Manager FIBO Global Fitness) das Sponsoring-Engagement des Unternehmens für die **#BEACTIVE DAY**-Kampagne hervor.

Besonders inspirierender Moment durch UkraineActive

Vertreter Oleksander Brykulsyki stellte ihr aussergewöhnliches Engagement für die Förderung von Fitness unter derzeit schwierigsten Umständen vor. Zum Abschluss der Konferenz reflektierte Andreas Paulsen (CEO EuropeActive) nicht nur den Erfolg des **#BEACTIVE DAY**, sondern auch die zahlreichen weiteren Veranstaltungen im Laufe des Jahres. In seinen Ausführungen würdigte er die gemeinsamen Bemühungen und das Engagement der Teilnehmer und der Partner des **#BEACTIVE DAY**, um die Mission von EuropeActive voranzubringen.

Die Abschlusskonferenz des **#BEACTIVE DAY** brachte die Partner der nationalen Verbände, Experten und Vertreter der EU-Institutionen in Brüssel zusammen und feierte den Erfolg der Kampagne, ihre umfassende Reichweite und die Kraft kollektiven Handelns zur Förderung eines gesünderen und aktiveren Europas.

Anzeige

ENTWICKELT FÜR IHRE FITNESS

DIE UNVERZICHTBARE SOFTWARE FÜR IHR UNTERNEHMENSMANAGEMENT



Einfaches und intuitives Check-in



Integriertes Kassensystem



Sofortige Schuldnerinformationen



Daten überall zugänglich

NEW

Booking online Reservierungen von Ihrer Website aus

Der Kunde kann direkt online den Ort, eine Person oder den Kurs für Einzel- oder regelmäßige Veranstaltungen auswählen.

NEW

Shop online Ihre Abonnemente in 2 Klicks verkauft

Ihre Interessenten und Kunden können ihr Abonnement direkt von zu Hause aus kaufen oder verlängern. Zahlungen sind über TWINT und Kreditkarten möglich.

Für eine kostenlose Demo



032 / 557.57.70
vente@echino.com
www.echino.com

 **echino**



VERANSTALTUNGEN

EVENTS

- 05.03. – 06.03.2024** Zukunft Personal Süd, Stuttgart
- 06.03.2024** IHRSA, Los Angeles
- 07.03. – 10.03.2024** BeSt, Wien
- 08.03.2024** Shine, München
- 09.03.2024** Stuzubi, Stuttgart
- 11.04. – 13.04.2024** FIBO Congress, Köln
- 11.04. – 14.04.2024** FIBO, Köln
- 23.04. – 24.04.2024** vocatium, München



Bereits im März 2023 gab die RSG Group bekannt, dass sie den Verkauf ihrer spanischen Studios prüfe. Nun wurde öffentlich, dass Basic-Fit die RSG Group Spain mit 42 Studios der Marke McFIT und fünf Centern von Holmes Place übernehmen wird. Diese werden nun entsprechend der bestehenden Cluster-Strategie in das Basic-Fit-Netzwerk integriert. Mit dieser Übernahme möchte Basic-Fit seine Marktführerposition in Spanien weiter ausbauen und festigen. Ein Abschluss der Transaktion ist für das erste Quartal 2024 geplant, da diese der Genehmigung der spanischen Wettbewerbsbehörde bedarf.

bit.ly/basic-fit-uebernahme-rsg-group-spanien



Save the date –
11. bis 14. April 2024

FIBO und FIBO Congress 2024



Weil die Kombination von Leitmesse und Fachkongress ideal für Fachbesucher ist, werden auch 2024 Leitmesse und Fachkongress parallel zueinander stattfinden. Vom 11. bis 14. April 2024 können sich Interessierte auf der weltweit grössten Leitmesse für Fitness, Wellness und Gesundheit über Innovationen, Entwicklungen und Trends der Fitness- und Gesundheitsbranche informieren. Auf dem FIBO Congress vom 11. bis 13. April 2024 im Congress-Centrum Nord Koelnmesse können Expertinnen und Experten sowie Unternehmen aus den Themenfeldern Fitness, Prävention und Gesundheit Einsicht in neueste wissenschaftliche Erkenntnisse sowie aktuelle Entwicklungen innerhalb des Marktes erhalten. Neben den mehr als 80 Vorträgen aus den Themenbereichen Training,

Management von Fitness- und Gesundheitsanlagen, Ernährung, Mental/Coaching, Betriebliches Gesundheitsmanagement und Existenzgründung stehen auch die Netzwerkmöglichkeiten zwischen den Branchenangehörigen im Fokus des Fachkongresses.

Organisiert und durchgeführt wird der FIBO Congress erneut von der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und der BSA-Akademie unter Federführung der FIBO. Tickets gibt es bereits ab 129 EUR.

Weitere Informationen zum Programm sowie Tickets erhalten Sie unter: www.fibo-congress.com

Fotos: Basic-Fit | DHfPG/BSA | Les Mills Germany GmbH | peterschreibermedia – stock.adobe.com

Führungskräfte qualifizieren

B. A. Fitnessökonomie an der DHfPG

Fitness- und Gesundheitsunternehmen können mit dem dualen Bachelor-Studiengang Fitnessökonomie Studierende qualifizieren, die sowohl über betriebswirtschaftliche als auch trainingswissenschaftliche Kenntnisse verfügen. Durch die interdisziplinäre Vermittlung von Kompetenzen sind die Absolventinnen und Absolventen u. a. dazu in der Lage, ein Unternehmen zu leiten und Personalverantwortung zu übernehmen sowie Trainingsprogramme zu konzipieren.

Das duale Bachelor-Studiensystem verbindet eine betriebliche Ausbildung und ein Fernstudium mit kompakten Präsenzphasen, die digital und/oder vor Ort z. B. in Zürich

bei der SAFS, dem offiziellen Kooperationspartner der DHfPG in der Schweiz, stattfinden. Hohe Anwesenheitszeiten der Studierenden im Betrieb sind durch das duale Studiensystem gesichert. Darüber hinaus sind im Rahmen des Studiengangs elf Trainerlizenzen und kaufmännische Qualifikationen inklusive.

Weiterführende Infos zum Studiengang erhalten Sie unter: www.dhfg.de/bfo



Die acht wichtigsten Fitnessstrends für 2024

Les Mills gibt Richtung vor

Was werden die acht wichtigsten Fitnessstrends des Jahres? Auch wenn Les Mills betont, dass die Zukunft nicht vorhersagbar ist, gibt das Unternehmen doch ein paar wichtige Tipps: U. a. empfiehlt Les Mills, die wichtigsten Influencer bei TikTok im Blick zu behalten. Die Social-Media-Plattform beeinflusst wie keine zweite das Fitnessverhalten der jungen Generation. Zukünftige Fitnessstrends lassen sich dort also auf eine gewisse Weise doch vorhersagen. Anhaltender Popularität besonders in der Generation Z erfreute sich das traditionelle Krafttraining bereits 2023 – dass dieser Trend mit dem neuen Jahr abflacht, ist aktuell sehr unwahrscheinlich.

Alle acht Fitnessstrends finden Sie über untenstehenden Link.

bit.ly/fitnessstrends-2024-les-mills



Fitnessgerätehersteller verstärkt sich EGYM plant Gang an die Börse

Der Anbieter von Firmenfitness und vernetzten Fitnessgeräten hat 2023 ordentlich zugelegt. Branchenschätzungen zufolge steigerte das Unternehmen seine Umsätze um 60 Prozent auf 210 Mio. EUR und macht damit erstmals einen operativen Gewinn.

Um diesen Erfolgskurs weiterzuführen, hat sich CEO Philipp Roesch-Schländler prominente Unterstützer ins Team geholt: Chris Clawson und Rob Barker, vormalige CEOs von LifeFitness und Precor, sollen nun die Position des Unternehmens in den USA und im internationalen Markt generell weiter ausbauen.

bit.ly/egym-boersenplaene-gewinnzone

Gut Ding will Weile haben



Oft sehnt man sich einen Idealzustand herbei, der leider nicht erreicht wird. Dies führt unweigerlich zu Frustrationen und dem Gefühl des Scheiterns. Eigentlich wäre es doch sehr einfach, man müsste nur die nötige Planung, benötigten Hilfsmittel und natürlich die notwendige Zeit einkalkulieren. Egal ob es sich in der Familie/Beziehung um erzieherische Ziele, im Beruf um die Wunschposition, im Sport um das Erreichen von Spitzenrängen oder im Privaten um die Idealform, Idealfigur oder das Idealgewicht handelt.

Sieger sind diejenigen, die tausendmal umfallen und beim tausendundersten Mal immer noch aufstehen – so ist es bei allem. Haben Sie nicht auch schon erlebt, dass Sie sich etwas ganz sehnlich gewünscht und nicht aus den Augen gelassen haben und es dann, wenn auch über verschiedene Umwege, tatsächlich erreichen konnten? Herzliche Gratulation! Sie gehören zu den wenigen Menschen auf dieser Welt, die ganz gezielt und energisch (stark), geduldig (ausdauernd) und flexibel (beweglich) auf ein Ziel hinarbeiten.

Heute ein Star, morgen ein Looser

Leider ist es heute so, dass das Lebenstempo immer schneller wird. Nehmen wir zum Beispiel Fussball. Kaum ist ein neuer Trainer im Amt, schon erwartet man von der Mannschaft Wunderleistungen. Hat der Trainer Glück und gewinnt seine Mannschaft die ersten Spiele, dann wird er gefeiert. Alle seine Handlungen werden profimässig analysiert und die Gründe sind natürlich klar (?) erkennbar und ihm werden sozusagen Lorbeerkränze aufs Haupt gelegt. Kann er aber nicht sofort erfolgreich seine Strategien umsetzen, wird er gleich abgeschrieben. Die «Pseudotrainer und -berater», sprich das Publikum, die Journalisten etc., geben Ratschläge ohne Ende und stempeln den armen Trainer kurzum als Verlierer ab. Das ist traurig, denn in jedem gut durchdachten Siegesplan müssen auch Verluste einkalkuliert sein – und dies bedeutet einmal mehr, dass Zeit der entscheidende Faktor ist – Zeit haben, um etwas umzusetzen, um etwas zu erreichen. Da kommt einem doch wieder eine alte Weisheit in den Sinn:

Säen – warten – ernten

In der Landwirtschaft ist es immer noch so, obwohl – ich gebe es zu – auch dort teilweise mächtig manipuliert wird, damit die Ernte sicherer «über die Bühne» geht, die Saat nicht verfault (bei Schlechtwetter) und die Ernte hochwertiger ist. Trotzdem spielt dieser eine Faktor weiterhin eine grosse Rolle: die Zeit, die die verschiedenen Ähren einfach brauchen, um zu reifen. Zum Glück ist es da also doch noch so!

Ob Fussballteams, Berufsteams, Schüler in einer Klasse, Beziehungen, eigene Pläne, alles unterliegt derselben Regel: Gut Ding will Weile haben.

Säen zu Beginn des neuen Jahres

Zu Beginn des neuen Jahres sollten Sie Ihre Hausaufgaben erledigen, um alle Voraussetzungen zu schaffen, die notwendig sind, um Erfolg zu ernten. Jeder Clubmanager sollte dabei die geschäftlichen und die persönlichen Bereiche durchleuchten und daraus eine zukünftige Strategie erarbeiten. Schriftlich formulierte Ziele des vergangenen Jahres sind eine ideale Voraussetzung und schaffen die Grundlage für diese Arbeit. Nehmen Sie sich mindestens einen Tag Zeit und begeben Sie sich an einen Ort, an dem Sie in Ruhe arbeiten können.

Zuerst sollten Sie in allen Bereichen die negativen Punkte aufschreiben und die Gründe, warum es zu diesen gekommen ist. Der nächste Schritt besteht darin, alle positiven Ereignisse festzuhalten. Jetzt sollten Sie die negativen Punkte in positive

Ziele für das kommende Jahr umformulieren. Durch Letzteres sollen Sie sich Gedanken für die Umsetzung der erarbeiteten Ziele machen und alle Aufgaben terminieren.

Folgende Punkte sollten Sie überarbeiten:

Beruf:

- Finanzen
- Marketing
- Personal
- Alle operativen Bereiche Ihres Clubs, z. B. Training, Empfang, Kurswesen, Bar und Bistro, Kinderparadies, Administration, Wartung, Reinigung
- Zusammenarbeit mit den Partnern

Privat:

Persönlich:

- Zeit für sich selbst
- Gesundheit
- Training – mind. 3 Trainings pro Woche
- Weiterbildung
- Hobbys
- Ziele

Ihr Umfeld:

- Partner bzw. Partnerin
- Familie
- Freunde

Diverses:

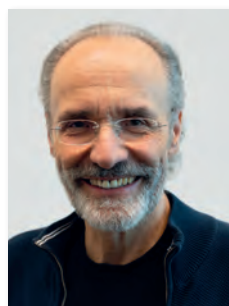
- Privates Budget
- Ferien

Sind alle Punkte durchgearbeitet und für Sie klar, empfiehlt es sich, die gleiche Übung mit dem Ehepartner oder der Geschäftspartnerin durchzudiskutieren, damit man in Zukunft wieder «am selben Strang» zieht.

Denken Sie dabei immer an das Sprichwort: «Gut Ding will Weile haben». Je mehr gute Ideen und Ansätze Sie gefunden haben, umso mehr Zeit brauchen Sie für deren Umsetzung. Falls Sie zu viele Aufgaben gefunden haben, sollten Sie die einzelnen Themen nach ihrer Dringlichkeit gewichten und gezielt umsetzen, getreu der Redewendung: «Weniger ist oft mehr!»

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen allen einen guten Start im neuen Jahr und viel Erfolg beim «Ernten».

Edy Paul



Edy Paul

Edy Paul coacht und berät Einzelpersonen und Firmen mit eCoaching oder persönlich vor Ort (Strategie, Management, Neugründungen, Analysen, Schulungen, Konzeptentwicklungen, Raumplanung). Fitness- und Clubanalysen sowie Verkauf und Nachfolgeregelungen gehören ebenfalls zu seinen Leistungen. Kontakt +41 79 601 42 66 edy.paul@paul-partnerag.com www.edypaul.ch



Warum wir Teilzeit-Inkompetenz-Profis sind

Jeder Mensch verfügt über Kompetenzen. Und viele sind stolz auf sie. Zu Recht, denn die Erfahrung «Ich weiss das» oder «Ich kann das» – sie tut immer gut. Die Vorstellung aber, dass wir immer und überall kompetent sind, wäre eine fröhliche Lebenslüge. Wir alle baden auch im Meer der Inkompetenz. Und zwar mehr als den meisten lieb ist. Viel lieber sehen wir uns als Kompetenzüberflieger. Schliesslich ist es vor allem der eigene Kompetenzmix, der es uns ermöglicht, Topjobs anzulächeln. Doch wie definiert man Kompetenz in einem Satz? Wikipedia antwortet darauf wie folgt: Kompetenz ist die Fähigkeit, Wissen und Fertigkeiten anzuwenden, um beabsichtigte Ergebnisse zu erzielen.

Legen wir also die Welt der Kompetenzen auf den Seziertisch, um ein genaueres Bild zu bekommen. Die beigelegte Skizze bietet einen Überblick über die Kompetenzwelt: Es geht um vier Hauptbegriffe: Kompetenz, Inkompetenz, bewusst und unbewusst.

Ganz wichtig: Die Kompetenz braucht die Inkompetenz als Gegenspieler. Ohne diesen Antagonisten hätte Kompetenz keine Kontur. Fangen wir bei Stufe 1 an.

Stufe 1 Unbewusste Inkompetenz – Ich weiss nicht, dass ich nicht weiss.

Diese Stufe ist schön als auch gefährlich. Schön ist sie für Kinder, die sich der eigenen Miniwelt erfreuen und sich keine Gedanken über die Welt da draussen machen. Die Welt der Kinder ist auf wundervolle Weise naiv. Gefährlich ist diese Stufe für Erwachsene. Warum? Weil der Mensch nur das sieht, was er kennt. Was er nicht kennt, kann er nicht erkennen. Und oft ist es so: Je weniger man über ein Thema weiss, desto mehr meint man, sich darin auszukennen. Aber mit einem Wissensdefizit neigt der Mensch zu Fehleinschätzungen und fällt unpassende Entscheidungen (vgl. Infokasten «Wissende vs. Lernende»).



Diese Skizze wird in der nächsten Ausgabe vervollständigt.

Stufe 2**Bewusste Inkompetenz – Ich weiss, dass ich nicht weiss.**

Auf dieser Stufe merkt man, dass man Dinge nicht weiss oder nicht gut kann. Das tut oft auch weh. Das eigene Bild des Kompetenzmonsters erhält Risse. Man merkt, dass es noch viel zu lernen gibt. Vielleicht erkennt man auch, dass man über Jahre Dinge falsch verstanden oder gemacht hat. Wichtige Themenfelder hat man unwissentlich ausser Acht gelassen. Deswegen blieb der Erfolg womöglich aus oder war nur mässig.

Stufe 3**Bewusste Kompetenz – Ich weiss, dass ich weiss.**

Diese Stufe erfordert bewusste Konzentration und Anstrengung. Mit Training und Beharrlichkeit entwickeln wir unsere Fähigkeiten weiter.

Stufe 4**Unbewusste Kompetenz – Ich weiss nicht (mehr), dass ich weiss.**

Durch jahrelanges Training sind unsere Fähigkeiten zur Gewohnheit geworden und sie werden automatisch angewendet.

In vielen Dingen durchlaufen wir dieses klassische Vier-Stufen-Modell von unten nach oben, doch gibt es auch ein hin- und herwandern. Ich erkläre das an zwei Beispielen:

Beispiel 1 – Autofahren: Als kleines Kind wussten wir gar nicht, dass es eine Welt des Autofahrens gibt. Das ist Stufe 1 «Unbewusste Inkompetenz». Später, als wir uns fürs Autofahren interessierten, nahmen wir Fahrstunden und durchlebten so die Stufe 2 «Bewusste Inkompetenz». Mit dem Üben stiegen wir zur Stufe 3 «Bewusste Kompetenz» auf. Wir kannten die Referenzen, doch waren wir gleichzeitig immer noch unsicher und unter Stress fehleranfällig. Dank jahrelangem Fahren automatisierten wir diese Fähigkeit. Der hohe Grad an Selbstverständlichkeit ist nur möglich, weil das Gehirn die Fähigkeit des Autofahrens in unbewusste Zentren verschoben hat. Dann haben wir Stufe 4 «Unbewusste Kompetenz» erreicht. Wir können Auto fahren und gleichzeitig an etwas anderes denken.

Das zweite Beispiel kommt aus meinem eigenen Fitnesstraining. Ich jogge seit Jahren. Als Fitnessexperte wähnte ich mich als kompetenter Läufer – Stufe 3 «Bewusste Kompetenz». Seit Jahren spürte ich aber nach dem Joggen meine Hamstringsehnenansätze und später kamen Wadenschmerzen dazu. Ich hatte keine Erklärung dafür. Weder Arzt, Physiotherapeut oder medizinische Masseurin konnten mir helfen. Ich tappte im Dunkeln und merkte, dass ich etwas nicht weiss. Stufe 2 – Etwas widerwillig machte ich dann eine Laufanalyse. Wozu aber, ich bin ja ein Crack. Die Videobilder zeigten dann aber deutlich auf, dass ich nicht auf Stufe 3 joggte, sondern jahrelang auf Stufe 1 durch den Wald trabte. Ich knickte bei der Fusslandung übermässig ein und das schlug bis zur Hüfte durch. Am Anfang war ich perplex. Als Experte beriet ich andere, doch mir selbst gegenüber war ich blind. Mein Gefühl deckte sich nicht mit der Realität. Jahrelang teilte mir

der Körper mit seinem einzigen Kommunikationsmittel – dem Schmerz – etwas mit. Ich war aber blind für die eigene Kompetenzblindheit. Zum Glück erhöhte der Körper die Schmerzdosis. Ich konnte mich nicht mehr taub stellen. Seit einigen Monaten bin ich nun beim Joggen mit neuen Referenzen auf Stufe 3 unterwegs und jogge der Stufe 4 entgegen.

Fazit

Das Vier-Stufen-Modell «unbewusste Inkompetenz», «bewusste Inkompetenz», «bewusste Kompetenz» und «unbewusste Inkompetenz» kann uns die Sümpfe der eigenen Ahnungslosigkeit aufzeigen.

Das Leben hat viele Bereiche. Deswegen wechseln wir ständig zwischen den vier Stufen hin und her. Wir können unmöglich überall hochkompetent sein. Inkompetenz ist somit Teil unseres Wesens. Das ist nicht schlimm. Ich muss es nur wissen. Ein Leben ohne Irrtum und Inkompetenz ist nicht möglich. Ob wir wollen oder nicht, wir Menschen haben ein inniges Verhältnis zur Inkompetenz. Wir sind Teilzeit-Inkompetenz-Profis und in vielen Themen werden wir Vollzeit-Inkompetenz-Profis bleiben.

Ausblick: Dem klassischen Vier-Stufen-Modell fehlt etwas Wesentliches. Es gibt noch eine fünfte Stufe. Diese Erkenntnis war für mich ein Gamechanger. Wenn Sie Trainer oder Ausbilder sind, dann sollten Sie die nächste Ausgabe unbedingt lesen. ■

Wissende vs. Lernende

Sich an hitzigen Diskussionen zu wärmen, um das bessere Argument zu finden, ist nur für Lernende möglich. Wissende winken bei solchen Diskussionen ab.

Als Wissender gibt es nichts mehr zu lernen. Man weiss bereits alles, das Credo: «Es gibt nur eine Wahrheit, und zwar meine. Deine ist keine, sondern bloss Verblendung!»

Mit einer solchen Einstellung kommt man im Leben aber nicht weiter und dieser Glaubenssatz ist eine intellektuelle Sünde.

**Eric-Pi Zürcher**

Der eidg. diplomierte Fitness-Instructor und Swiss-Olympic-Konditionstrainer hat bereits als Trainer, Cheftrainer und Centerleiter in diversen Betrieben rund um Bern gearbeitet. Auch als Personal Trainer war er jahrelang selbstständig. Seit über 12 Jahren ist er hauptamtlich als Fitnesstrainer für den FC Thun tätig.

pierzuercher@gmail.com

Teil 2: Richtig Schwitzen – gute Tipps, Ratschläge und Erklärungen

Schwitzbäder und Schwitzen – Ratgeber

Manch interessierter Leser kennt die Schwitzbäder und das wechselwarme Baden im Wellnessbereich. Vielleicht findet aber auch der Geübte hier noch etwas Neues und Spannendes für seine wöchentliche Fitness.



Fotos: Wellness-Partner

HIIT und Sauna

Hochintensives Intervalltraining (HIIT) und Saunabaden bei hohen Temperaturen weisen gewisse Gemeinsamkeiten auf – und zwar in Bezug auf die Steigerung der Pulsfrequenz. Auch beim finnischen Saunabaden erhöht sich die Pulsfrequenz um bis zu 50 Prozent! Machen wir drei Saunagänge, so haben wir, ähnlich dem Intervalltraining, auch dreimal eine Pulssteigerung von 50 Prozent unserem Körper abgefordert. Alles jedoch auf einer ganz anderen Basis. Beim Training kommt die Steigerung durch die Muskelbelastung, in der Sauna rein durch eine kardiovaskuläre, eine Herz-Kreislauf-Forderung. Insofern ist das also nicht so einfach zu vergleichen, aber durchaus bemerkenswert!

Abnehmen mit Sauna und Schwitzbädern?

Eher nein. Dazu ist das Resultat eines Wellnesstages mit drei Gängen und mageren 150 kcal Verlust eher enttäuschend. Schwitzbäder helfen aber in einer Abnehm- oder Fastenzeit ganz wesentlich. Hier ist dann der Wohlfühlaspekt im Vordergrund.

Saunatemperaturen

In einer Saunakabine herrschen überall unterschiedliche Temperaturen. Die Temperaturdifferenz zwischen Decke und Boden liegt bei für viele kaum zu glaubenden 50 Grad C! Demnach haben wir auf den diversen Bankhöhen auch ganz verschiedene Temperaturgrade. Jeder kann sein individuell angenehmes Wohlfühlklima in der Schwitzkabine suchen und finden.

Warum Schwitzen bei +80 Grad C?

Ein Plädoyer fürs Schwitzen mit diesen hohen Temperaturen. «Was soll denn das? Es sollte doch auch weniger heiss gut sein.» Das ist aber physiologisch gesehen weniger gut. Hier der Grund: Ab 80 Grad C öffnen sich die kleinsten Arteriolen in den entferntesten Körperteilen. Die kleinsten Gefässe unserer Blutbahn öffnen sich dann, werden endlich einmal gut durchblutet und versorgt respektive die Zellen in der Peripherie wenigstens einmal pro Woche beim Saunagang ordentlich versorgt. Das Schwitzbad sorgt also wenigstens an diesem Badetag für eine bessere Versorgung von Zehen, Fingerspitzen und auch Nase. Einer Degeneration kann entgegengewirkt werden.

Wie oft in die Sauna?

Hier gibt es ganz verschiedene Möglichkeiten und Grundsätze. Vor allem muss man zunächst die Zeit dafür haben und sie sich nehmen. Wenn es nur einmal die Woche möglich ist, dann gern auch immer und regelmässig am gleichen Tag. Erfahrungsgemäss halten die biopositiven Wirkungen eine Woche lang an. An einem solchen Saunatag oder -abend sind drei Gänge gut unterzubringen, dies dann mit einem Zeitaufwand von insgesamt zwei bis zweieinhalb Stunden. Zweimal die Woche mit zwei Gängen ist die Alternative. Leistungssportler haben den Saunagang fest im Trainingsprogramm eingeplant. Immer nach dem Training dient das der Lockerung und Entspannung. Die Finnen scheinen die Sauna fast jeden Tag aufzusuchen. Es gibt also ganz unterschiedliche Möglichkeiten, die anzuraten sind. Es entscheidet einzig die Person selbst und die Idee dazu. Interessant war eine Studie aus Kuopio in

Finnland mit dem Ergebnis: «Je öfter, je heisser und je länger, desto besser.»

Aus welchen Gründen werden wechselwarme Bäder aufgesucht?

Da haben wir nachgefragt. Die Umfrageergebnisse:

- Erholung/Entspannung: 74 %
- Abhärtung: 62 %
- Badespass/Geselligkeit: 53 %
- «Fit sein»/Leistungssteigerung: 41 %
- Körperreinigung: 28 %
- Besserer Schlaf und gut für Nerven: 18 %
- Sportl. Konditionstraining: 13 %
- Schlank werden: 12 %
- Abwehr gegen Viren: ohne Angaben

Wissenschaftlich nachgewiesener Nutzen

- Erholung/Entspannung: offensichtlich
- Abhärtung: Schutz vor banalen Infekten durch Produktion von Immunglobulin und Killerzellen
- Badespass/Geselligkeit: sicherlich
- «Fit sein»: ja/Leistungssteigerung: nein, eher nur wenig
- Körperreinigung: Entschlackung/Entmüdung und Reinigung der Haut durch bessere Durchblutung
- Besserer Schlaf: wurde nachgewiesen
- Gut für die Nerven: ja, nachgewiesenes Zusammenspiel von Sympathikus und Parasympathikus
- Sportl. Konditionstraining: nein, weil keine Muskelübungen
- Schlankwerden: nein, nur eine begleitende Massnahme
- Virenschutz: Ab 60 °C können Viren kaum überleben

Kontraindikationen für «wechselwarme Bäder»

Der Finne sagt: «Wer gehen kann, kann auch in die Sauna gehen.» Es gibt nur wenige Ausnahmen/Krankheitsbilder, mit denen man Schwitzbäder eher meidet:

- Entzündungen, offene Wunden
- Epilepsie
- dekompensierte Herzinsuffizienz
- fiebrige Erkältungen
- unkontrollierbarer Bluthochdruck
- ansteckende Krankheiten (auch Fusspilz)
- Lungentuberkulose

Dies sind alles Krankheitsbilder, mit denen man kaum auf die Idee kommt, baden zu gehen. ■



Detlef H. Hubbert

Detlef H. Hubbert ist Diplom-Sportlehrer und Betreiber einer Saunalanlage. Er hat 25 Jahre Erfahrung in der Planung und Realisation von Wellnessanlagen. Detlef H. Hubbert ist Fachjournalist bei FSJ und sportpress.ch.



Begeisterte Mitglieder als Multiplikatoren nutzen

Empfehlungsmarketing rentabel einsetzen

Neben klassischen Werbemaßnahmen nutzen Fitnessstudios immer häufiger auch Empfehlungsmarketing zur Neukundengewinnung. Ein systematisches Vorgehen legen dabei bisher aber nur die wenigsten Unternehmen an den Tag. In diesem Artikel erfahren Sie, wie Sie dieses Marketingtool zielführend einsetzen und gewinnbringend nutzen können.

Empfehlungsmarketing – oder «Word-of-Mouth» – beschreibt eine «Form der direkten persönlichen Kommunikation zwischen Konsumenten innerhalb eines sozialen Umfeldes» (Esch, 2018). Dieses Marketinginstrument ist in den letzten Jahren immer mehr in den Fokus gerückt und bietet Unternehmen neue Möglichkeiten, um auf das eigene Angebot aufmerksam zu machen (Rassinger & Graf Adelmann,

2020). Studien belegen, Empfehlungen werden bei Kaufentscheidungen häufiger zur Entscheidungsfindung herangezogen als traditionelle Kommunikationsinstrumente, und verdeutlichen, die Weiterempfehlungsrate von bestehenden Mitgliedern ist eng mit der Kundenzufriedenheit und dem Service/der Betreuung vor Ort verknüpft (De Bruyn & Lillien, 2008; Eskiler & Safak, 2022; Russ, 2020a).

Foto: Drazan – stock.adobe.com

Die Vorteile von Empfehlungsmarketing

Im Vergleich zum klassischen Marketing stellt das Empfehlungsmarketing eine kostengünstige und effektive Methode zur Erschließung neuer Umsatz- und Kundengewinnungspotenziale dar (Fink, 2014). Die Vorteile:

- Empfehlungen sind glaubwürdig und authentisch
- Empfehler haben häufig einen Vertrauensbonus
- Es entsteht «Kauflaune» statt Kaufwiderstand
- Keine Kaltakquise, sondern vorbereitete Kontakte versprechen Erfolge
- Empfehlungen von begeisterten Multiplikatoren steigern den Geschäftserfolg
- Empfehlungsmarketing trägt zur Imageverbesserung bei

Bisher setzen aber nur wenige Studios Empfehlungsmarketing systematisch ein und verschenken somit wertvolles Potenzial. Das liegt u. a. daran, dass die Einsatzmöglichkeiten nicht immer klar sind und häufig keine ganzheitlichen Konzepte existieren.

Alles Zufall oder doch System?

Um die Zusammenhänge und Unterschiede zu verstehen, gilt es Folgendes zu beachten: Man unterscheidet das aktive und das passive Empfehlungsmarketing. Das passive Empfehlungsmarketing ist nicht gesteuert und eher zufällig. Um eine passive Empfehlung zu erhalten, hat der Verkäufer meist keinen zusätzlichen Aufwand und es ist sozusagen ein «Selbstläufer» (Hildenbrand, 2020). Zu passiven Empfehlungen gehören bspw. das unaufgeforderte Berichten über übertrufene Erwartungen, positive Bewertung auf Bewertungsportalen oder das Hinterlassen von Kommentaren auf dem Social-Media-Unternehmensprofil.

Systematisches Empfehlungsmarketing in der Praxis

Aktives Empfehlungsmarketing ist eine deutlich grössere Herausforderung: Grundvoraussetzung dafür ist Begeisterung. Fragen Sie sich, warum Ihre Mitglieder überhaupt Empfehlungen aussprechen sollten und was sie dazu motiviert, Freunden begeistert von Ihrem Studio zu erzählen. Dann gilt es zu klären, wer wann wie und wo die Empfehlungsfrage stellt. Die Mitglieder sollten idealerweise nur punktuell und nicht permanent von unterschiedlichen Mitarbeitenden gefragt werden. Ein systematisches Vorgehen ist deshalb unerlässlich. Ihr Berater- und Trainerteam ist nah an den Kunden dran und kann den richtigen Moment abpassen. Kundennähe, Zufriedenheit und das Wissen über den Trainingserfolg sind drei wesentliche Erfolgsfaktoren, auf die Sie setzen sollten. Die grösste Herausforderung liegt darin, eine individuelle Anreizstrategie aufzubauen und gleichzeitig rechtliche Rahmenbedingungen, wie die DSGVO, einzuhalten. Wie das funktionieren kann, zeigen folgende drei Beispiele.



Aktive Empfehlungen am Point of Sale

Werden Mitarbeitende mit der Durchführung des Empfehlungsmarketings bereits im Anschluss an das Verkaufsgespräch beauftragt, können folgende Schritte als Orientierung dienen:

Schritt 1: Präsentation der VIP-Einladungen

«Zum Abschluss habe ich noch eine tolle Nachricht für Sie! Als Neumitglied erhalten Sie die Chance, zwei Ihrer besten Freunde oder Familienmitglieder für eine VIP-Einladung vorzuschlagen. Diese VIP-Einladungen im Wert von je 35 Euro können Sie verschenken, was super für Ihre Freunde, aber noch besser für Sie ist, denn Sie können zusätzlich dieses Starterset mitnehmen. Und das Beste daran: Wenn Sie mit Ihren Freunden trainieren, können Sie Ihre Motivation länger aufrechterhalten und Ihre Ziele besser erreichen, denn gemeinsam macht das Training noch mehr Spaß!»

Schritt 2: Personalisierung der VIP-Einladungen

Lassen Sie das Mitglied allein, um die VIP-Einladungen zu personalisieren: «Damit die Gutscheine auf Ihre Freunde personalisiert sind, tragen Sie Namen und Telefonnummer darauf ein!»

Schritt 3: Verteilung der VIP-Einladungen

Ermutigen Sie das Mitglied, die VIP-Einladungen zu verteilen: «Damit Ihre Freunde diese Gutscheine nutzen können, denken Sie daran, ihnen diese auszuhändigen.»

Hinweis: Bei dieser häufig praktizierten Methode muss beachtet werden, dass das Neumitglied noch keinerlei Erfahrungen mit Ihrem Center/Ihren Angeboten gemacht hat und einer solchen Empfehlungsfrage kritisch gegenüberstehen könnte. Daher bedarf es bei dieser Methode sehr viel Fingerspitzengefühl und Beratungs-Know-hows (Russ, 2020b; Russ, 2022).



Begeisterte Mitglieder identifizieren und motivieren

Bestandskunden können vor Ort gezielt auf Empfehlungen angesprochen werden. Dies sollte an entschleunigten Orten passieren, nicht etwa beim Kommen oder Verlassen des Studios. Hier haben die Mitglieder meist Zeitdruck, wollen schnell zum Training oder nach Hause. Vielmehr sollte der Kurswarterraum oder der Bistrobereich genutzt werden, um Mitglieder anzusprechen. Um die Empfehlungsfrage vorzubereiten und diese im Gespräch nicht einfach plump zu stellen, eignet sich bspw. der Net Promoter Score (NPS), der schnell und einfach loyale Mitglieder und deren Weiterempfehlungsbereitschaft identifiziert (Clemann & Schmidt, 2018). Sie können dabei wie folgt vorgehen:

Schritt 1: Die NPS-Frage

«Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie uns einem Freund weiterempfehlen würden – auf einer Skala von eins bis zehn?» Antwortet das Mitglied mit einer Neun oder Zehn, können Sie fortfahren und über die Zusatzfrage gleichzeitig wichtiges Kundenfeedback sammeln.

Schritt 2: VIP-Einladung übergeben und dazu animieren, positive Kundenbewertung abzugeben

«Wenn Sie sich vorstellen können, uns weiterzuempfehlen, dann tun Sie dies doch auch gern. Hier ist eine VIP-Einladung, geben Sie diese einem Freund, von dem Sie glauben, dass ihm das Training bei uns auch Freude bereiten könnte. Wir ▶

freuen uns, wenn Sie Ihre positiven Erfahrungen auch im Netz oder über Social Media mit anderen teilen.»

Schritt 3: Dokumentation und Auswertung

Legen Sie sich ein System an, in das eingetragen wird, welche Mitglieder bereits angesprochen wurden, mit welcher Zahl diese auf die NPS-Frage geantwortet haben und wem VIP-Einladungen ausgehändigt wurden. So haben Sie die Möglichkeit, Ihr Empfehlungsmarketing zu evaluieren, und laufen nicht Gefahr, unökonomisch zu arbeiten und aufdringlich zu wirken.

Tipp: Kommen Interessenten aufgrund solcher Empfehlungen zu Ihnen, tragen Sie dies ebenfalls in Ihr System ein. Dadurch ermitteln Sie eine Kennzahl, die den Zusammenhang zwischen der Mitgliederzufriedenheit und der Weiterempfehlungsrates beschreibt. Gleichzeitig können Sie sich im Nachgang bei Ihrem Multiplikator bedanken und Wertschätzung/Dankbarkeit für das Engagement zeigen.

Aktives Zuhören auf der Fläche

Den besten Zugang zu Ihren Mitgliedern und deren individuellen Vorlieben, Problemen und Motiven hat Ihr Trainerteam. Sie erleben Trainingserfolge und Begeisterung hautnah mit und erhalten im Gespräch häufig viele Informationen über das persönliche Umfeld des Mitglieds. Diese Informationen sind ein wichtiger «Türöffner» für das Empfehlungsmarketing, weshalb es sich lohnt, aktiv zuzuhören und Aspekte aufzugreifen. Wenn bspw. ein Mitglied von seiner Frau erzählt, die so wie er früher an Rückenschmerzen leidet, ermutigen Sie ihn, dass er sie zu einem Probetraining mitbringt. Reflektieren Sie zusammen, wie sehr ihm das Training bei den Beschwerden geholfen hat und dass es seiner Frau sicherlich auch gut tun würde.

Dadurch weisen Sie ganz nebenbei auf das Thema Empfehlung hin, ohne das Mitglied zu überrumpeln. Die Voraussetzung, dass ein solches Vorgehen zielführend ist, liegt darin, dass alle Trainerinnen und Trainer denselben Wissensstand haben und diese Informationen in einem CRM-System jederzeit abrufbar sind. Wenn Trainer X im Urlaub ist, muss Trainerin Y das Mitglied ebenbürtig betreuen können, ohne erneut die gesamte Trainingshistorie abfragen zu müssen. Dadurch zeigen Sie Kundenähe und können individuell die Gesprächsführung steuern und bei passender Gelegenheit die Empfehlungsfrage stellen.

Checkliste für ein erfolgreiches Empfehlungsmarketing

Folgende Tipps sollten Sie bei der Einführung eines Empfehlungsmarketings beachten:

- ✓ Egal für welche Variante des Empfehlungsmarketings Sie sich entscheiden, legen Sie fest, welche Mitarbeiter nach einer Empfehlung fragen.
- ✓ Ein selbstsicherer, selbstbewusster Umgang mit dem Thema ist Voraussetzung.

- ✓ Es gibt nicht DEN idealen Zeitpunkt, um die Empfehlungsfrage zu stellen. Jeder Kunde und jede Kundin ist unterschiedlich, daher bedarf es eines individuellen Vorgehens.
- ✓ Ein guter Zeitpunkt ist immer dann, wenn Sie spüren, dass Ihr Kunde mehr als zufrieden ist und/oder dies sogar selbst äussert.
- ✓ Legen Sie sich Möglichkeiten für die konkrete Ausformulierung der Empfehlungsfrage zurecht. Diese sollten zu Ihnen passen und je nach Gesprächssituation und Kundentypus flexibel anpassbar sein.
- ✓ Achten Sie auf Ihr Wording und vermeiden Sie Formulierungen wie: «Ich suche neue Kunden, da dachte ich, ich frage Sie mal.»
- ✓ Eine höfliche Hartnäckigkeit zahlt sich beim Empfehlungsmarketing aus. Passen Sie allerdings den richtigen Zeitpunkt ab, wenn es für Ihren Kunden bzw. Ihre Kundin zu viel wird.

Fazit

Begeisterte Mitglieder sind Ihre besten Multiplikatoren und Werbebotschafter. Ein systematisches Empfehlungsmarketing stellt ein effektives und hilfreiches Mittel zur Lead-Generierung und Neukundengewinnung dar und eröffnet Studios zusätzliche Umsatz-/Kundenbindungspotenziale. Wichtig ist, das Mitarbeiterteam entsprechend zu sensibilisieren, zu schulen und zu bestärken, die Empfehlungsfrage zu stellen. Ein überzeugendes Angebot, klare Zuständigkeiten, flexible Gesprächsleitfäden, ein funktionierendes CRM-System und aufmerksame, empathische Mitarbeitende sind der Grundstein, um das Marketingtool erfolgreich einzusetzen. ■



Dorena Theobald
Dorena Theobald, Bachelor of Arts Fitnessökonomie, ist seit elf Jahren in der Fitnessbranche als freiberufliche Kurstrainerin tätig. Seit 2022 ist sie als Dozentin und wissenschaftliche Mitarbeiterin im Fachbereich Ökonomie/Management an der DHfPG und BSA-Akademie beschäftigt und kümmert sich u. a. um die Themenfelder Marketing und Beratungs- und Servicemanagement.
www.dhfgp-bsa.de

Auszug aus der Literaturliste

Eskiler, E. & Safak, F. (2022). Effect of Customer Experience Quality on Loyalty in Fitness Services. *Physical Culture and Sport Studies and Research*, 94 (1), 21–34.

Fink, K. J. (2014). *Empfehlungsmarketing. Königsweg der Neukundengewinnung* (6., ergänzte Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler.

Rassinger, M. & Graf Adelman, Q. (Hrsg.). (2020). *Empfehlungsmarketing: Netzwerkaufbau und Umsatzsteigerung leicht gemacht (essentials)*. Wiesbaden: Springer Gabler.

Russ, N. (2020b). Vom Mitglied zum Fan – Kundenbindung NEXT LEVEL. *fitness MANAGEMENT international*, 4 (150), 62–64.

Russ, N. (2022). Erfolgsfaktor professionelle Beratung. *fitness MANAGEMENT international*, 2 (160), 82–84.

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte info@fitness-tribune.com.

AUCH STARKE KERLE SIND ANLEHNUNGSBEDÜRFTIG

FÜR MEHR
ERFOLG.
FÜR DICH.
FÜR DEINE
MITGLIEDER.



FIVE HEIMAT-EVENT

am 01. März 2024 im Schwarzwald, wo das Beweglichkeitstraining zu Hause ist!
Jetzt Tickets sichern: www.five-konzept.de

Hindernisse überwinden für konstanten Fortschritt

Motivationslöcher im Training

Motivationslöcher im Training: Sie sind die verborgenen Hürden auf dem Weg zur sportlichen Spitzenleistung. Der folgende Artikel soll einen Einblick in die psychologischen Mechanismen hinter dem Absinken der Motivation bieten und innovative Strategien aufzeigen, um diese Löcher zu überwinden – ein Muss für Trainer, Sportpsychologen und Athleten auf dem Weg zum Erfolg.

Motivation spielt eine zentrale Rolle im Kontext des Trainings und der sportlichen Leistungsfähigkeit. Trotz der anfänglichen Begeisterung und Entschlossenheit, eine Trainingsroutine zu etablieren, erleben Sporttreibende oft Phasen, in denen ihre Motivation sinkt oder scheinbar gänzlich verloren geht. Diese Phänomene, oft als «Motivationslöcher» bezeichnet, stellen eine herausfordernde Hürde für die Aufrechterhaltung eines konsistenten Trainingsplans dar. Obwohl vielfältige Untersuchungen die Vorteile regelmässiger körperlicher Aktivität aufzeigen, ist die Bewältigung von Motivationslöchern im Training eine Thematik, die sowohl für Sportpsychologen als auch für Trainer und Trainierende von herausragendem Interesse ist.

Foto: C. Malambo/peopleimages.com



Motivationslöcher definieren sich in unterschiedlichen Formen und Intensitäten, oft begleitet von einem Gefühl der Desillusionierung, Erschöpfung oder Demotivation (Kwan & Bryan, 2010). Ein Verständnis für die Ursachen und Bewältigungsstrategien von Motivationslöchern ist entscheidend, um Trainierenden zu helfen, diese Phasen zu überwinden und ihre Trainingsziele zu erreichen.

Dieser Artikel widmet sich der Untersuchung von Motivationslöchern im Kontext des Trainings. Er beleuchtet die zugrunde liegenden psychologischen Mechanismen, die zu einem Absinken der Motivation führen können, und bietet Einblicke in effektive Strategien, um Motivationslöcher zu überwinden und die Kontinuität im Trainingsprozess aufrechtzuerhalten.

Selbstbestimmungstheorie und Motivation im Training

Die Selbstbestimmungstheorie von Deci und Ryan (2000) in der Psychologie untersucht die Ursprünge menschlichen Verhaltens und betont das grundlegende Bedürfnis nach Autonomie, Kompetenz und sozialer Eingebundenheit. Im Kontext des Trainings zeigt diese Theorie, dass die Erfüllung dieser Bedürfnisse die Motivation steigert. Menschen, die ihre Trainingsziele selbstbestimmt wählen, ihre Fähigkeiten verbessern und in einer unterstützenden Umgebung trainieren, bleiben tendenziell länger «am Ball». Besonders betont wird

die intrinsische Motivation, die aus persönlichen Werten und Bedürfnissen entsteht. Indem individuelle Fitnessziele mit persönlichen Werten harmonisieren, beispielsweise das Streben nach besserer Ausdauer oder nach einem bestimmten Gesundheitsziel, fördern sie die Langfristigkeit im Training.

Die Theorie unterscheidet auch zwischen intrinsischer und extrinsischer Motivation, wobei die langfristige Motivation stärker von persönlichem Interesse als von äusseren Anreizen abhängt. Praktisch bedeutet dies, dass Trainer die individuelle Autonomie und die Förderung persönlicher Trainingsziele betonen sollten, um die Motivation zu steigern und langfristiges Engagement zu fördern.

Selbstwirksamkeit

Das Setzen realistischer Ziele und das Stärken der Selbstwirksamkeit spielen eine entscheidende Rolle für die Motivation und das Durchhaltevermögen beim Training. In ihrer Arbeit betonen Schwarzer und Renner (2000) die Bedeutung der Selbstwirksamkeit, die sich auf das Vertrauen einer Person in ihre Fähigkeit bezieht, bestimmte Handlungen erfolgreich auszuführen. Die Festlegung von Zielen, die anspruchsvoll, aber erreichbar sind, kann dieses Vertrauen stärken. Beispielsweise das Ziel, in einem bestimmten Zeitrahmen eine bestimmte Distanz zu laufen oder eine spezifische Anzahl von Wiederholungen einer bestimmten Übung zu schaffen. ▶

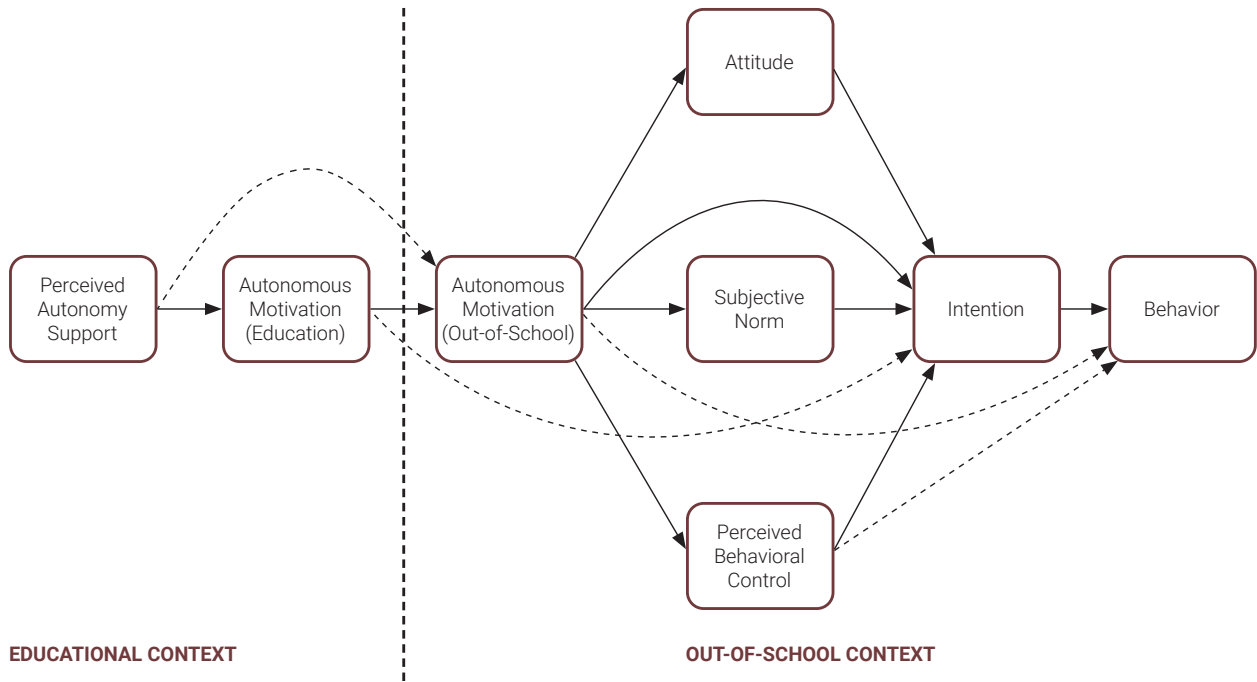


Abb. 1: Das trans-kontextuelle Modell von Hagger & Chatzisarantis (2016)

Studien zeigen, dass ein höheres Mass an Selbstwirksamkeit mit einer gesteigerten Motivation einhergeht. Personen, die von ihrer Fähigkeit überzeugt sind, ihre Trainingsziele zu erreichen, sind motivierter, aktiv am Training teilzunehmen und auch in schwierigen Situationen durchzuhalten. Die Stärkung der Selbstwirksamkeit kann durch verschiedene Massnahmen erfolgen, wie durch die schrittweise Festlegung von individuellen Zielen, das Erreichen von Zwischenzielen und die Unterstützung durch erfahrene Trainer oder Mentoren.

Rolle der sozialen Unterstützung im Training

Soziale Unterstützung und die Teilnahme an gemeinsamen Trainingsaktivit ten spielen eine massgebliche Rolle für die Motivation und Beständigkeit beim Training. Die Forschungsarbeit von Rackow, Scholz und Hornung (2015) betont die Bedeutung dieser Faktoren für die Förderung einer aktiven Lebensweise.

Soziale Unterstützung bezeichnet die Hilfe, die Individuen aus ihrem sozialen Umfeld erhalten, sei es von Familie, Freunden oder Trainingspartnern. Untersuchungen zeigen, dass Menschen, die auf starke soziale Unterstützung zählen können, eher dazu tendieren, ihre Trainingsziele zu erreichen und langfristig am Training festzuhalten. Diese Unterstützung kann sich in Form von emotionalem Beistand, praktischer Hilfe oder motivierenden Anreizen äussern. Die Teilnahme an gemeinsamen Trainingsaktivit ten oder Gruppentrainings bietet zusätzliche Vorteile. Das Gefühl der Zugehörigkeit zu einer Gruppe kann die Motivation steigern und ein Gefühl der Verpflichtung schaffen, regelmässig am Training teilzunehmen. Die soziale Interaktion während des Trainings kann eine Quelle der Motivation sein und den Spassfaktor erhöhen, was die Wahrscheinlichkeit steigert, dass Personen dem Training treu bleiben.

Diese Erkenntnisse unterstreichen die Bedeutung eines unterstützenden sozialen Umfelds und der Teilnahme an Gruppenaktivitäten für die Motivation und Kontinuität beim Training. Individuen, die soziale Unterstützung erfahren und an gemeinsamen Trainingsaktivit ten teilnehmen, sind eher motiviert, ihr Training fortzusetzen und regelmässig zu trainieren.

Strategien zur Bewältigung von Motivationslöchern und Trainingsplateaus

Hagger und Chatzisarantis (2016) haben im Rahmen ihrer Untersuchung zum trans-kontextuellen Modell der autonomen Motivation in der Bildung relevante Strategien identifiziert, um Motivationslöcher und Trainingsplateaus zu bewältigen (vgl. Abb. 1). Diese Strategien könnten auch dabei helfen, die Motivation während des Trainings aufrechtzuerhalten.

Selbstregulation: Die Fähigkeit zur Selbstregulation, einschliesslich Zielsetzung, Zeitmanagement und Selbstüberwachung, spielt eine entscheidende Rolle. Strategien zur Optimierung der Selbstregulation ermöglichen es den Einzelnen, ihre Motivation zu bewahren, selbst wenn sie auf Hindernisse oder Plateaus im Trainingsverlauf stossen.

Anpassung des Trainingsplans: Veränderungen im Trainingsplan können notwendig sein. Das kann die Anpassung von Intensität, Dauer oder Art der Übungen beinhalten, um Plateaus zu überwinden und die Motivation erneut zu stimulieren.

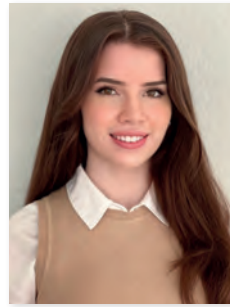
Überwindung von Plateaus: Plateaus sind oft Teil des Prozesses. Strategien zur Überwindung könnten die Einführung neuer Trainingsmethoden, Variationen im Workout, das Hinzufügen von Herausforderungen oder die Beratung durch er-

fahrene Trainer umfassen, um eine positive Entwicklung im Training wiederherzustellen.

Das trans-kontextuelle Modell der autonomen Motivation betont auch den Übergang von extrinsischer zu intrinsischer Motivation als Schlüssel für die langfristige Aufrechterhaltung der Motivation. Es legt nahe, dass es wichtig ist, dass sich Personen im Laufe der Zeit stärker auf ihre eigenen, intrinsischen Gründe für das Training fokussieren, um eine langfristige Motivation sicherzustellen.

Fazit

Ein starkes und konsequentes Training erfordert neben körperlicher Anstrengung auch eine robuste mentale Verfassung. Wenn Athleten in Motivationslöcher geraten, können verschiedene Strategien helfen, diese zu bewältigen. Durch das Setzen und Anpassen von Zielen, die Förderung von Selbstwirksamkeit sowie die Schaffung eines unterstützenden sozialen Umfelds können Trainierende ihre Motivation steigern. Die Bereitschaft, sich an neue Trainingsmethoden anzupassen und die intrinsische Motivation zu fördern, ist entscheidend, um Hindernisse zu überwinden und langfristig am Training dranzubleiben. ■



Sara Martinovic

Sara Martinovic hat an der Zürcher Fachhochschule für angewandte Wissenschaften den Bachelor of Science in Gesundheitsförderung und Prävention absolviert. Als wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Entwicklungsabteilung der Swiss Academy of Fitness & Sports ist ihr Schwerpunkt die Förderung der evidenzbasierten und zielgruppengerechten Gesundheitskommunikation. www.safs.com

Literaturliste

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The «what» and «why» of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11 (4).

Hagger, M. S., & Chatzisarantis, N. L. D. (2016). The Trans-Contextual Model of Autonomous Motivation in Education: Conceptual and Empirical Issues and Meta-Analysis. *Review of Educational Research*, 86 (2), 360-407.

Kwan, B. M., & Bryan, A. D. (2010). Affective response to exercise as a component of exercise motivation: Attitudes, norms, self-efficacy, and temporal stability of intentions. *Psychology of sport and exercise*, 11 (1), 71-79.

Rackow, P., Scholz, U., & Hornung, R. (2015). Received social support and exercising: An intervention study to test the enabling hypothesis. *British journal of health psychology*, 20 (4), 763-776.

Schwarzer, R., & Renner, B. (2000). Social-cognitive predictors of health behavior: action self-efficacy and coping self-efficacy. *Health psychology : official journal of the Division of Health Psychology, American Psychological Association*, 19 (5), 487-495.

Anzeige

MABOMAT®
GUMMIMATTEN

**Hervorragende Dämpfung, leicht zu reinigen und widerstandsfähig:
Der ideale Sport-Bodenbelag für Ihr Fitnesscenter.**

- ★ **Rutschfest mit perfekter Dämpfung**
Schont Gelenke und vermindert das Verletzungsrisiko
Schützt den Boden im Hantelbereich
- ★ **Hygienisch und leicht zu Reinigung**
Durchgängige Mattenstärke im Anschlussbereich und perfekt passende Puzzleformen
- ★ **Schalldämmend**
Für ein angenehmes Raumklima

Gummimatte Damona

speziell für den Hantelbereich entwickelt; absorbiert Stöße, Geräusche und reduziert Vibrationen

€ 34,50*
+Mwst.
AKTION
116,3 x 77,5 x 2cm
(0,90m²)

Gummimatte Multi standard

konkurrenzlos günstig und vielfach bewährter Boden für den allgemeinen Gehbereich

€ 23,40*
+Mwst.
AKTION
116,3 x 77,5 x 2cm
(0,90m²)



Es gibt zahlreiche gute Gründe, Power Yoga zu praktizieren

Ein Einstieg in die Power-Yoga-Praxis

Es gibt zahlreiche gute Gründe dafür, Power Yoga zu praktizieren. Eine bessere Gesundheit, körperliche Betätigung und Stressmanagement zählen zu den häufigsten Gründen, warum Menschen ihre Yogamatten ausrollen. Im folgenden Artikel soll das Konzept, das Power Yoga zugrunde liegt, vorgestellt und somit ein Einstieg in die Praxis dieses Yogastils geboten werden.



Foto/Grafik: GVS, skatn – stock.adobe.com

Obwohl Yoga bereits sehr alt ist, erfreut sich dieser Trend insbesondere in den letzten Jahren stetig steigender Beliebtheit. Was einst nur als uralte spirituelle Praxis der Inder bekannt war, ist heute ein weltweiter Trend und eine Industrie, die in vielerlei Hinsicht ein nie da gewesenes Ausmass angenommen hat.

Gerade als Einsteiger fühlt man sich durch Posts von kunstvoll verrenkten Instagram-Models schnell verunsichert. Hinzu kommt ein schier unüberschaubares Angebot an Zubehör, das mit Yoga in Verbindung gebracht wird – von Augenkissen bis hin zu Yogatüchern.

Daher wird nachfolgend das grundlegende Konzept von Power Yoga vorgestellt, um Anfängern den Einstieg zu erleichtern und das Optimum aus der Yogapraxis zu erzielen. Unabhängig vom Grad an Flexibilität, von den sportlichen Fähigkeiten, dem spirituellen Hintergrund oder dem Alter ist es jedem möglich, Power Yoga zu betreiben.

Power Yoga: Was genau ist das?

Power Yoga ist ein dynamischer Yogastil, der sich nur in einem Bereich tatsächlich von traditionellen Yogapraktiken unterscheidet. Im Gegensatz zu herkömmlichem Yoga gibt es im Power Yoga kaum Meditation oder spirituelle Bezüge. Der Fokus liegt auf Körperkraft, Beweglichkeit, Balance und Konzentration. Das Power Yoga vereint dabei Übungen und Positionen fließend miteinander.

Die Bewegungsabläufe können mit einer Atemtechnik verbunden werden. Damit kommt Pranayama (Atembewusstheit) zum Einsatz – die empfohlene Atemtechnik «reinigt» das Lungensystem und soll die Lebensenergie (Prana) erfahrbar machen und erhöhen (Nayak & Shankar, 2004).

Bei den Bewegungsabläufen im Power Yoga werden Asanas, also Yogaposen und zum Teil Fitnessübungen, genutzt, wie zum Beispiel der Unterarmstütz oder der Ausfallschritt.

Auch wenn Meditation nicht im Vordergrund von Power Yoga steht, so fördert das Power-Yoga-Training durch die regelmässige Wiederholung der Asanas und Konzentration in der Ausführung der Yogaposen dennoch mentale Ruhe und innere Balance.

Power Yoga ist jedoch kein patentierter Begriff. Und so finden sich viele Kurse in Yoga- und Fitnessstudios, die diese Form in unterschiedlichen Varianten anbieten. Ein anderes Wort dafür ist Power Yoga Vinyasa. Diese beiden Begriffe sind einander gleichzusetzen und bezeichnen die gleiche dynamische Yogapraxis.

Die Erfolgsgeschichte des Power Yoga

Power Yoga fand in den Neunzigerjahren Einzug in die Fitnessstudios und erfreute sich grosser Beliebtheit. Zuvor war Yoga vor allem in Indien und in den Hippiekommunen in Europa und Nordamerika zu Hause. Erst mit dem Aufkommen des Power Yoga wurde es zum bevorzugten Sport für moderne Grossstädter.

Erfunden wurde Power Yoga in den Neunzigern vom amerikanischen Yogalehrer Bryan Kest. Er hatte zuvor bei konventionellen Lehrern in Indien gelernt und das traditionelle Yoga in zwei Aspekten für den westlichen Kulturraum leichter zugänglich gemacht (Cassidy, 2007):

- Zum einen soll es im Power Yoga keine vorgeschriebenen Yogaserien geben, sondern der Unterricht an das Level der Schülerinnen und Schüler angepasst sowie variiert werden.
- Zum anderen legte er den Fokus auf die körperliche Praxis und streicht praktisch alle spirituellen Elemente sowie Meditation.

Wenn derzeit kein Interesse an Themen wie Meditation oder Spiritualität vorhanden ist, aber dennoch ein Zugang zu Yoga interessant sein könnte, ist Power Yoga eine ideale Wahl. Power Yoga bietet einen unkomplizierten Weg in die Yogapraxis, sodass später andere Yogastile ausprobiert werden können, wann immer man bereit ist.

Es gibt keine genaue Zahl, wie viele Yogaarten es gibt, da neue Yogarichtungen ständig entwickelt werden. Es gibt jedoch rund 130 geschützte Yogavarianten, die spezifische Namen und Zertifizierungen haben. Diese geschützten Yogastile können eine Kombination aus traditionellen Yogapraktiken und modernen Ansätzen sein. Neben den geschützten Yogastilen gibt es unzählige weitere, nicht geschützte Arten von Yoga, die von verschiedenen Lehrern und Schulen entwickelt wurden. Jeder Yogalehrer kann seinen eigenen Stil kreieren oder verschiedene traditionelle Yogapraktiken kombinieren, um einen einzigartigen Yogastil zu schaffen (Cramer, Lauche, Langhorst & Dobos, 2016).

Die nötige Ausrüstung

Das Grossartige an Power Yoga: Es lässt sich wirklich überall praktizieren. Im Prinzip ist es möglich, das Training auch bequem auf dem Teppich im eigenen Wohnzimmer oder auf dem Rasen im Garten durchzuführen. Für mehr Halt und Körperschonung sorgt aber eine Yogamatte.

Wenn jemand sich dazu entscheidet, in einem Fitnessstudio anzufangen, besteht normalerweise die Möglichkeit, vor Ort eine Yogamatte auszuleihen. Auf diese Weise kann man ▶



Dynamische Praxis ohne spirituelle Schwerpunkte



möglicherweise auch direkt testen, welches Modell am besten geeignet ist. Wer plant, regelmässig Power Yoga zu betreiben, wird früher oder später auch den Wunsch hegen, sich eine eigene Matte anzuschaffen. Denn ob zu Hause oder im Fitnessstudio: Yoga ist etwas Intimes, Persönliches.

Die weitere gute Nachricht: Für das Power-Yoga-Training bedarf es keiner speziellen Bekleidung. Wer regelmässig Sport treibt, hat wahrscheinlich schon alles, was benötigt wird, im Kleiderschrank. Trotzdem gibt es ein paar Dinge, die bei der Auswahl der Kleidung beachtet werden sollten.

Um sich beim Power Yoga vollkommen auf die Übungen konzentrieren zu können, ist es entscheidend, bequeme Kleidung zu tragen, die gut sitzt, um auch in Positionen wie den Vorbeugen oder im Herabschauenden Hund bequem zu sein. T-Shirts, die nicht zu weit geschnitten sind, sind empfehlenswert.

Barfuss oder mit Socken trainieren?

Die beste Art, Power Yoga zu praktizieren, ist barfuss. Dadurch erhält man genügend Halt und Beweglichkeit in den Füessen. Wenn die Füsse schnell kalt werden, oder man sich mit nackten Füessen unwohl fühlt, eignen sich rutschfeste Stoppersocken. Für die Entspannungsphase zum Abschluss eines Power-Yoga-Trainings passen dann Socken und etwas zum Überziehen. Gerade um die Abschlussentspannung in Ruhe geniessen zu können, sollte der ganze Körper möglichst warmgehalten werden.

Beständigkeit in der Praxis

Die Macht der Wiederholung: «Alles Behagen am Leben ist auf eine regelmässige Wiederkehr der äusseren Dinge gegründet» – Johann Wolfgang von Goethe.

Wenn man sich im Laufe der Zeit daran gewöhnt hat, immer wieder dieselbe Abfolge zu üben, zum Beispiel den Sonnengruss, bei dem Wiederholung ein wesentlicher Bestandteil der Methode ist, erlebt man zusätzlich etwas Faszinierendes. Sobald man sich nicht mehr darauf konzentrieren muss, wie die Asanas nacheinander ausgeführt werden, steigert sich die Fokussierung und Konzentration immer weiter. Schliesslich gelangt man in einen angenehmen Zustand, in den man tief eintauchen kann und die alltäglichen Herausforderungen verblasen.

Auch körperlich wird dazugelernt. Eine Asana kann sich bei beständigem, achtsamem Üben nämlich verändern. Vielleicht lösen sich körperliche Blockaden erst mit der Zeit. Nämlich dann, wenn sich die Muskulatur aufgebaut hat oder Flexibilität eingestellt hat.

Eine Asana wird oft erst wirklich verstanden, wenn sie regelmässig geübt wird. Durch die kontinuierliche Wiederholung kann man besser wahrnehmen, welche Teile des Körpers angesprochen werden und wie selbst eine kleine Anpassung der Ausrichtung eine erhebliche Wirkung haben kann.

Gesundheit

Es gibt immer mehr Menschen, die sich ihrer Gesundheit bewusster werden als je zuvor. Das Phänomen Yoga wächst nicht nur in den USA stetig, sondern weltweit. In der Schweiz üben 12,9 Prozent der Bevölkerung Yoga, Pilates oder ähnliche Body-Mind-Programme aus. Von 2014 bis ins Jahr 2020 ist der Anteil um 5,7 Prozent gestiegen (Lamprecht, Rahel & Stamm, 2020).

Arbeitgeber erkennen zunehmend den Wert von Yoga für ihre Mitarbeiter im Rahmen von betrieblichen Gesundheitsprogrammen. Durch Yoga kann das Wohlbefinden gesteigert, die Produktivität erhöht und das Betriebsklima verbessert werden. Viele Unternehmen bieten mittlerweile Yogakurse in ihren Büros an oder stellen Räume zur Verfügung, in denen Mitarbeiter praktizieren können.

Zudem kann Yoga dazu beitragen, Verletzungen am Arbeitsplatz vorzubeugen. Durch regelmässiges Yogatraining werden Muskeln gestärkt, die Flexibilität verbessert und Haltungsschäden korrigiert. Dies könnte dazu beitragen, Muskelverspannungen und häufig auftretende Rückenbeschwerden, die oft durch sitzende Tätigkeiten am Schreibtisch verursacht werden, zu reduzieren (Michał, Tomasz, Wojcik, Gajewski & Laskin, 2020).

Fazit

Power Yoga bietet eine moderne, dynamische Alternative zu traditionellem Yoga ohne spirituelle Schwerpunkte. Mit Fokus auf körperliche Stärke und mentale Ruhe erfreut es sich weltweit wachsender Beliebtheit, nicht nur als persönliche Praxis, sondern auch in betrieblichen Gesundheitsprogrammen. ■



Loredana Fiore

Loredana Fiore ist seit acht Jahren Ausbilderin an der SAFS und arbeitet seit fast einem Jahr zusätzlich im Entwicklungsteam. Sie ist dipl. Gymnastiklehrerin und Erwachsenenbildnerin. Sie verfügt über langjährige Erfahrung als Gruppenfitness-Kursleiterin und ist Power-Yoga-Lehrerin.

www.safs.com

Literaturliste

Cassidy, J. (2007). Anytime, anywhere yoga: these easy stretches will dissolve tension and relax your muscles fast. *Shape*, 26 (8), 198–204.

Cramer, H., Lauche, R., Langhorst, J., & Dobos, G. (2016). Is one yoga style better than another? A systematic review of associations of yoga style and conclusions in randomized yoga trials. *Complementary Therapies in Medicine*, 25, 178–187.

Lamprecht, M., Rahel B. & Stamm, H. (2020). Sport Schweiz 2020: Sportaktivität und Sportinteresse der Schweizer Bevölkerung. Magglingen: Bundesamt für Sport BASPO

Michał, T. B., Tomasz, W. B., Wojcik, Z., Gajewski, J. & Laskin, J. J. (2020). The effects of a 6-month moderate-intensity hatha yoga-based training program on health-related fitness in middle-aged sedentary women: a randomized controlled study. *The Journal of Sports Medicine and Physical Fitness*, 60 (8), 1148–58.

Nayak, N. N., & Shankar, K. (2004). Yoga: a therapeutic approach. *Physical Medicine and Rehabilitation Clinics of North America*, 15 (4), 783–798.

qualitop

WIR GARANTIEREN QUALITÄT

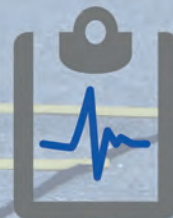
QUALITÄTSLABEL FÜR FITNESS- & GESUNDHEITSFÖRDERUNG



WIRKSAMES
TRAINING



SICHERES
TRAINING



GEPRÜFTER ANBIETER



KRANKENKASSEN
ANERKANNT

Informationen & Anmeldung

www.qualitop.ch | info@qualitop.ch | +41 44 430 14 01





Kernkompetenz: Trainingsprogramme erstellen

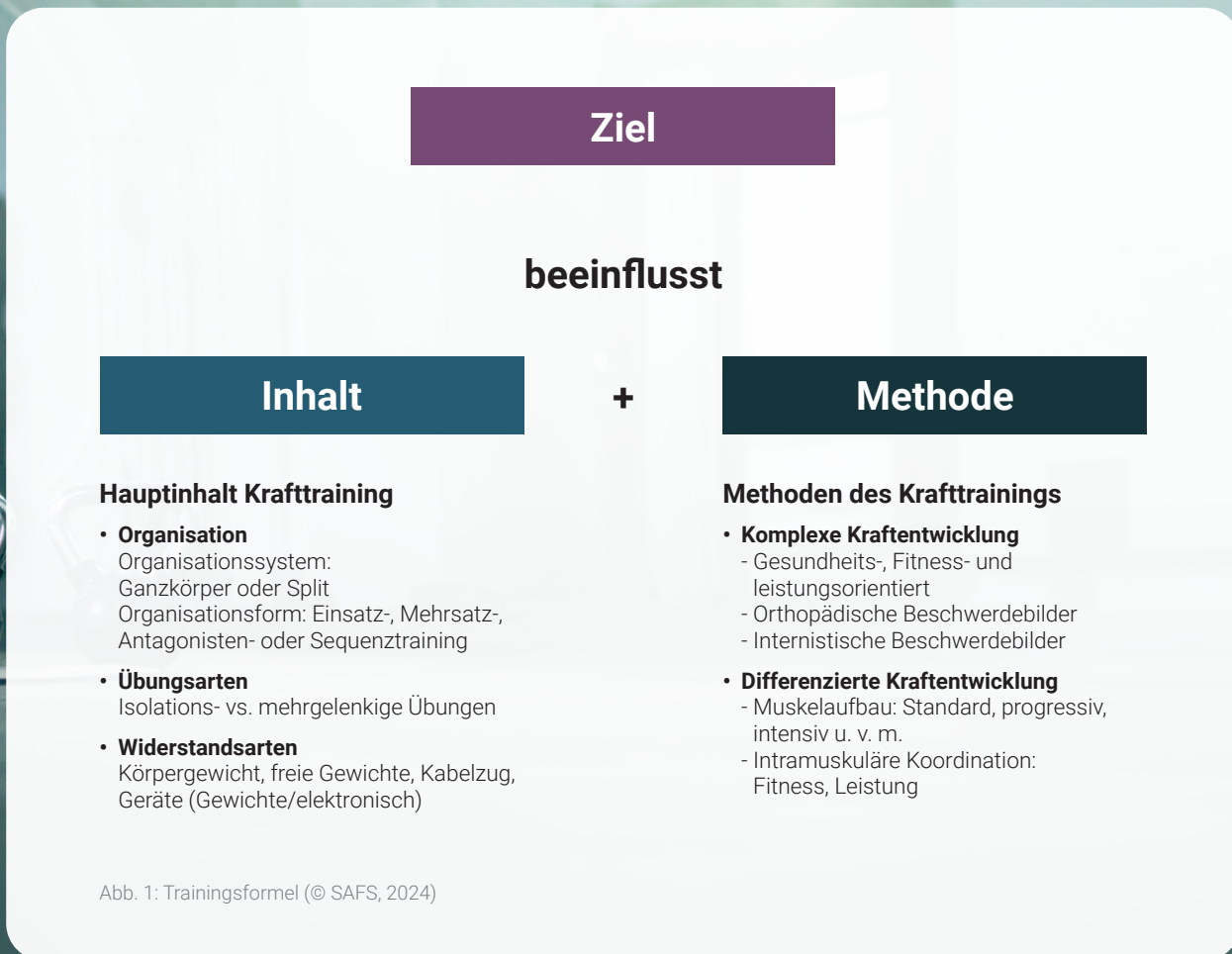
Konzept zur Trainingsprogrammgestaltung

Ein wesentlicher Beitrag für die wahrgenommene Servicequalität in den Fitnesscentern wird durch die Trainerqualität geleistet (Herrán & Villavicencio, 2023). Diese Qualität zeigt sich insbesondere durch die Fähigkeit des Trainerpersonals, für Mitglieder adressatengerechte Trainingsprogramme zu erstellen. Wie kann ein Grundkonzept zur Erstellung von Trainingsprogrammen diese Kernkompetenz unterstützen?

Ein Blick auf die breite Kompetenzpalette des Berufsbildes «Fitnesstrainer» zeigt die Erstellung von adressatengerechten Trainingsprogrammen als eine der wesentlichen Kernkompetenzen (Oda, 2011). Nur selten findet sich dagegen sowohl in der gängigen Fachliteratur als auch in den Fitnesscentern

eine erkennbare Grundstruktur bei der Zusammenstellung von Trainingsübungen.

Dies liegt mitunter darin begründet, dass bei der Auswahl von Trainingsübungen eine Orientierung an den individuellen Aus-



gangsvoraussetzungen des Mitgliedes im Zentrum steht. Zu diesen Ausgangsvoraussetzungen zählen Kriterien wie das Trainingsziel des Mitgliedes, dessen Erfahrungsstufe, der Leistungs- und Gesundheitslevel, das Zeitbudget des Mitgliedes und einige mehr (Stemper & Grubendorfer, 2011). Neben diesen kundenspezifischen Ausgangsvoraussetzungen sind weitere Kriterien wie die Trainingsphilosophie der einzelnen Fitnesscenter und die Auswahl der damit zur Verfügung stehenden Trainingsmittel zu beachten.

Ein Grundkonzept mit Anlehnung an die Trainingsphilosophie eines Fitnesscenters bringt dem Trainerpersonal sowohl mehr Sicherheit als auch eine höhere zeitliche Effizienz bei der Erstellung von individuellen und variablen Trainingsprogrammen.

Mit der Idee «Grundkonzept für eine Übungsauswahl» im Rahmen einer Erstellung von Trainingsprogrammen ist keineswegs eine vereinheitlichte Übungsauswahl nach dem Motto «Für alle das Gleiche» gemeint, sondern dieses Grundkonzept ist als eine für das Trainerpersonal und auch für das Mitglied wiedererkennbare Grundidee mit individueller Ausprägung zu verstehen.

Fehlt eine Trainingsphilosophie oder eine Grundkonzeption, orientiert sich das Fitnesspersonal an den eigenen Vorlieben, eigenen Erfahrungen oder dem in Ausbildungen Erlernten. Je nach Ausbildungshintergrund führt dies in der Regel zu einer geringeren Transparenz für das Mitglied. Um dem Bewusstsein für eine hohe Qualität und Verantwortung gerecht zu werden, besteht die Notwendigkeit nach einem einheitlichen Vorgehen bei der Auswahl der Trainingsübungen. ▶

Tab. 2: Beispiel Trainingsprogramme (© SAFS, 2024)

Bereich	Kundin mit Wunschbereich BBP	Neues Programm nach 2–3 Monaten
FK II – Flexion	Bauchpresse mit Lendenkissen	Bauchpresse mit BoSU
FK II – Extension	Rückenstrecker für BWS auf Swissball	Rückenstrecker für LWS auf Swissball
FK III – Flexion	Beinbeuger sitzend	Beinbeuger liegend
FK III – Extension	Beinpresse sitzend 30°	Kniebeuge an der Multipresse
FK IV – Ziehen	Latzug am Kabel	Latzug am Kabel
FK IV – Stossen	Brustpresse sitzend	Brustpresse sitzend
Wunsch 1	Wirbelsäulenrotationsübung	Russian Twist
Wunsch 2	Hip Trust	Hip Trust
Wunsch 3	Hüftabduktion am Gerät	Hüftabduktion am Gerät
Wunsch 4	Hüftadduktion am Gerät	Hüftadduktion am Gerät

Die Erarbeitung eines Konzeptes für eine unternehmensspezifische Trainingsphilosophie bezüglich Übungsauswahl beim Krafttraining benötigt eine Grundidee. Die Grundidee für ein adressatengerechtes Trainingsprogramm sollte den Anspruch erfüllen, dass die Zusammenstellung der Übungen den ganzen Körper beansprucht. Ob dies wie beim Organisationssystem Ganzkörpertraining (vgl. Abb. 1) in einer Trainingseinheit oder wie beim Splittraining in mehreren Trainingseinheiten erfolgt, hängt von verschiedenen Kriterien ab und kann schon ein Teil der Trainingsphilosophie des Fitnesscenters sein.

Grundidee auf Basis der Funktionskreise (FK) nach Knebel, Herbeck und Groos (1985)

Bei diesem Konzept werden bei der Auswahl der Trainingsübungen die jeweiligen Hauptbewegungen in den Funktionskreisen II, III und IV als Basisübungen gewählt:

- Funktionskreis II (Rumpf):
Beugung und Streckung der Wirbelsäule
- Funktionskreis III (untere Extremitäten):
Beugung und Streckung des Kniegelenks
- Funktionskreis IV (obere Extremitäten):
Stoss- und Zugbewegung

Mit diesen Übungen der Basisbewegungen wäre ein Ganzkörpertraining erstellt. Trotz dieser Begrenzung auf die Hauptbewegungen der Funktionskreise bietet die grosse Auswahl der dafür einsetzbaren Übungen (vgl. Tab. 1) die Möglichkeit, ein individuelles und adressatengerechtes Trainingsprogramm zu erstellen.

Tab. 1: Übungsauswahl für die Knieextension (© SAFS, 2024)

Gelenkbewegung	Übungsauswahl mit unterschiedlicher Übungs- und Widerstandsart
Funktionskreis III Kniegelenkextension	Kniebeuge mit Körpergewicht, Langhantel, Kurzhantel, am Kabelzug, mit Schlingentrainer, an der Multipresse u. v. m.
	Beinpresse, verschiedene Varianten
	Ausfallschritt mit Körpergewicht, Langhantel, Kurzhantel, am Kabelzug, mit Schlingentrainer, an der Multipresse, am Ort oder in Bewegung u. v. m.
	Beinstrecker am Gerät, am Kabelzug

Die Übungen für die Basisbewegungen können zusätzlich mit zwei bis sechs Trainingsübungen individuell erweitert werden. Diese zwei bis sechs Übungen werden bei Mitgliedern ohne Einschränkungen aus deren Wunschbereich, z. B. «Welche Körperpartie ist dir besonders wichtig?», ergänzt.

Besteht ein Grundkonzept, kann schnell und einfach bei gleichbleibendem Trainingsziel des Mitgliedes durch Austausch bis zur Hälfte der bisherigen Übungen ein neues

Tab. 3: Beispiel neue Trainingsprogramme (© SAFS, 2019)

Bereich	Kunde mit Rückenbeschwerden	Neues Programm nach 2–3 Monaten
FK II – Flexion	Bauchpresse mit Lendenkissen	Bauchpresse mit BoSu
FK II – Extension	Rückenstrecker für LWS auf Swissball	Rückenstrecker für LWS auf Swissball
FK III – Flexion	Beinbeuger stehend	Beinbeuger sitzend
FK III – Extension	Beinpresse liegend	Kniebeuge in der Multipresse
FK IV – Ziehen	Latzug am Kabel	Klimmzüge unterstützt
FK IV – Stossen	Brustpresse sitzend	Brustpresse sitzend
Positive Übg. 1	Wirbelsäulenrotationsübung	Wirbelsäulenrotationsübung
Positive Übg. 2	Rückenstrecker für BWS auf Swissball	Rückenstrecker für BWS auf Swissball
Positive Übg. 3	Rückenstrecker 45°	Rückenstrecker 45°
Positive Übg. 4	Ruderzug abgestützt	Rudern am Kabelzug

Trainingsprogramm erstellt werden. Bei der Neugestaltung des Trainingsprogrammes werden Trainingsübungen ausgetauscht und die Basisbewegungen in den Gelenken der Funktionskreise II bis IV beibehalten. Zusätzliche Variation bringt der Einsatz von verschiedenen Übungs- wie auch Widerstandsarten (Abb. 1).

Ein einfaches Beispiel für eine fitnessorientierte Kundin ohne Einschränkungen auf Erfahrungsstufe «Orientierung» und «Einsteigerin» soll dies verdeutlichen (vgl. Tab. 2).

Bei Mitgliedern mit einer Einschränkung wird mit der Auswahl der ergänzenden Trainingsübungen positiver Einfluss auf das Beschwerdebild genommen, z. B. bei Rückenbeschwerden zusätzliche Trainingsübungen für den Rumpf.

Zur Verdeutlichung soll auch hier ein einfaches Beispiel für einen gesundheitsorientierten Kunden mit Einschränkungen im Bereich Rücken/Wirbelsäule auf Erfahrungsstufe «Orientierung» und «Einsteiger» dienen. Dieses wird in Tabelle 3 abgebildet.

Werden die jeweils ausgewählten Trainingsübungen mit der passenden Trainingsmethode (Abb. 1) kombiniert, steht einer individuellen, adressatengerechten und zielgerichteten Gestaltung des Trainingsprogramms nichts im Wege.

Das Mitglied erkennt jederzeit eine auf sich ausgerichtete Struktur. Es versteht das eigene Tun und ist motiviert, dies umzusetzen.

Fazit

Ein Grundkonzept in der Trainingsphilosophie eines Fitnesscenters liefert nicht nur für das Fitnesscenter (z. B. als Qualitätsmerkmal) und das Fitnesspersonal (z. B. Optimierung der Kernkompetenz) Vorteile, sondern auch für die Mitglieder (z. B. Zielerreichung und Motivation). Es stellt somit eine Win-win-win-Situation dar. ■



Karsten Hübner

Karsten Hübner, Diplom-Sportlehrer, ist seit 1997 Dozent, Autor und Entwickler bei der SAFS. Zudem ist er Fitness Instruktor mit eidg. Fachausweis, SFV Fussball-, Futsal- und Athletiktrainer sowie Erwachsenenbildner mit eidg. Fachausweis. Er ist seit über 35 Jahren in der Fitnessbranche tätig.

www.safs.com

Literaturliste

Herrán, J. M. R. & Villavicencio, V. A. O. (2023). Quality of service in gyms - fitness centers: literature review. *The Intercontinental Journal of Sport Management (Revista Intercontinental de Gestão Desportiva - RIGD)*, 13 (3), e110.

OdA Bewegung und Gesundheit - Bildungsplan Beruflehre Fachfrau/Fachmann Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidgenössischem Fähigkeitszeugnis (2011); Zugriff am 04.01.2024. Verfügbar unter <https://www.bewegung-und-gesundheit.ch>

Knebel, K.-P., Herbeck, B. & Groos, E. (1985). *Funktionsgymnastik Dehnen, Kräftigen, Entspannen*. Reinbek: Rowohlt.

Stemper, T., & Grubendorfer, T. (2011). Trainingsplangestaltung im Fitnessstudio. *Ausgewählte Managementprobleme in Fitnessstudios*, 51–65.



Physische Touchpoints für Ernährungsangebote

Customer Journey in der Ernährungsberatung

Kunden können im Studio an vielen Stellen mit Berührungspunkten (Touchpoints) zur Ernährungsberatung in Kontakt kommen. Welche physischen Touchpoints zur besseren Wahrnehmung von Angeboten im Bereich der Ernährungsberatung beitragen können, stellt eine exemplarische «Customer Journey» durch eine fiktive Fitness- und Gesundheitsanlage dar.

Der Customer-Journey-Management-Ansatz betrachtet die Kundenbindung als ganzheitlichen Prozess. Er stellt dabei die Kundschaft in den Mittelpunkt allen unternehmerischen Handelns (Bruhn & Hadwich, 2012; Helmke, Uebel & Dangelmaier, 2017). Da er branchenübergreifend anwendbar ist und alle potenziellen digitalen und physischen Berührungspunkte (Touchpoints) mit den Kundinnen und Kunden abdeckt, wird er in diesem Artikel im Kontext der Ernährungsberatung be-

schrieben, mit Fokus auf die physischen Touchpoints im Setting Fitness- und Gesundheitsanlage.

Dargestellt wird ein typischer Studiobesuch von Kunden einer Fitness- und Gesundheitsanlage, bei dem der Fokus darauf gelegt wird, die Kundschaft an ganz unterschiedlichen Stellen mit dem Thema Ernährung in Berührung zu bringen. Dabei geht es darum, den Kunden allgemein, aber auch ganz gezielt

für bestehende Dienstleistungskonzepte im Ernährungsbereich zu sensibilisieren.

Im gesamten Unternehmen befinden sich potenzielle Touchpoints, die auf unterschiedlichste Weise auf das Thema gesunde Ernährung, Gewichtsreduktion, Gesundheitsförderung etc. aufmerksam machen können. Die Kundinnen und Kunden durchlaufen bei jedem Besuch der Anlage eine Art Reise, die diesem Ansatz seinen Namen verleiht (Customer Journey) (Fransewitz, Schill & Kracklauer, 2017). Nachfolgend werden Beispiele für die praktische Umsetzung physischer Touchpoints in Fitness- und Gesundheitsanlagen (Abb. 1) dargestellt.

Der Ein-/Ausgang

Nachdem das Mitglied am Eingang persönlich begrüsst wurde, trifft es auf einen präsent positionierten, grossen Wasserspender. Darauf befindet sich eine Infotabelle zur Flüssigkeitszufuhr und darüber der Spruch:

«H₂O-Check! Bist du auch gut vorbereitet? Aus der Tabelle erfährst du, wie viel Flüssigkeit du je nach Belastung pro Tag benötigst! Zudem brauchst du das passende Getränk für deine persönliche Zielsetzung. Wir beraten dich gern!»

Ein weiterer Touchpoint wäre zum Beispiel ein gut platzierter, grosser Obstkorb, in dem sich mit dem Logo des Studios bedruckte Äpfel befinden und der mit dem Hinweis versehen ist: «Hast du heute schon genug Obst gegessen?»

Hier kann mit einer ergänzenden Grafik Bezug auf die Bedeutung des Obst- und Gemüseverzehrs genommen und somit das Ernährungswissen der Mitglieder verbessert werden.

Die Umkleide

Mit dieser Info und der nun gefüllten Trinkflasche begibt sich das Mitglied auf den Weg zur Umkleide, wobei es an einem grossen Bild einer Ernährungspyramide vorbeikommt, unter dem der Spruch «Isst du noch oder ernährst du dich schon?» zu lesen ist. Mit diesem Gedanken läuft das Mitglied weiter und geht in die Umkleide, wo sich ein grosser Ganzkörperspiegel befindet. An diesem können Bilder mit Vorschlägen für sinnvolles Mittag-/Abendessen befestigt sein, zusätzlich kann ein Aufsteller im Fönbereich mit kleinen Ernährungs pyramiden zum Mitnehmen als Touchpoint genutzt werden.

Die Trainingsfläche

Bevor das Mitglied mit seinem Training beginnt, wird von dem Trainer oder der Trainerin grundsätzlich und vorsorglich der Ernährungszustand sowie die Flüssigkeitszufuhr abgefragt. Dabei kann z. B. festgestellt werden, dass das zum Mittagessen verzehrte Fast Food die Erreichung der Trainingsziele negativ beeinflusst und das Mitglied sich dadurch nun kraft- und energielos fühlt.

Die gut ausgebildeten Trainer, die ausreichende Kompetenzen im Bereich Ernährung vorweisen, entdecken diesen potenziellen Bedarf für eine Ernährungsberatung und gehen ▶

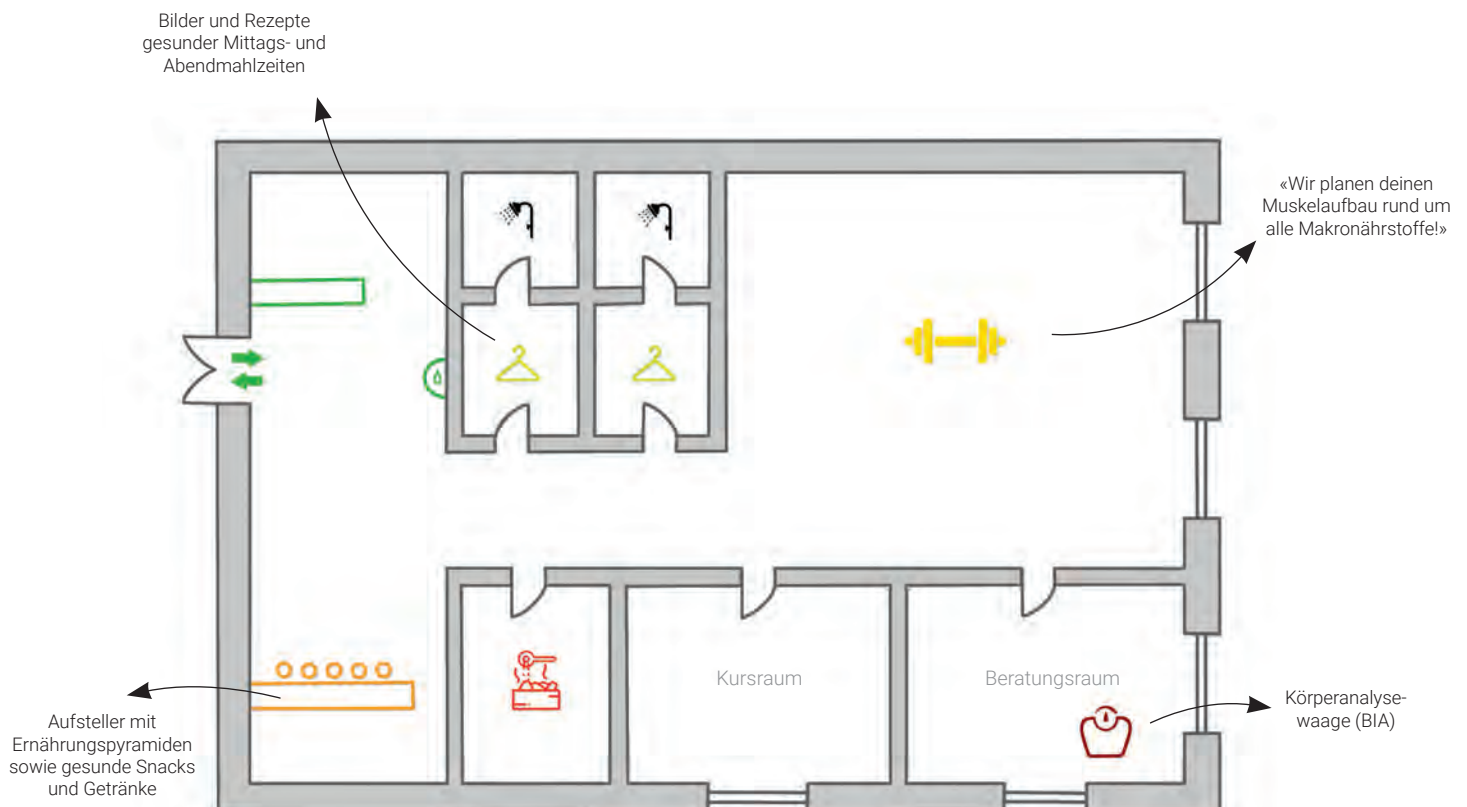


Abb. 1: Physische Touchpoints in einer Fitness- und Gesundheitsanlage (eigene Darstellung)

aktiv auf das Mitglied zu. Nach einfachen Tipps, die entweder direkt oder auch noch am selben Tag umgesetzt werden können, lenkt der Trainer das Gespräch auf die Ernsthaftigkeit des Themas: Das von der Kundin oder dem Kunden geäußerte Ziel (z. B. Körperfettreduktion) kann schneller erreicht werden, wenn sich ausgiebig mit der eigenen Ernährung beschäftigt wird. Da dies auf der Trainingsfläche nicht umsetzbar ist, vereinbart der Trainer einen Ersttermin zur professionellen Ernährungsberatung. Motiviert trainiert das Mitglied weiter und freut sich auf den Gesprächstermin in zwei Tagen.

Als zusätzlicher Touchpoint im Freihandlungsbereich könnte ein kleiner Hinweis auf dem Spiegel stehen: *«Denke an das richtige <Futter> für deine Muskeln»*. Auch im Cardiobereich am Wasserspender kann beispielsweise ein Spruch angebracht werden: *«Nimm Wasser statt Schorle»*. An den Desinfektionsstationen wäre ein Schild mit der Aufschrift *«Optimiere deine Fortschritte durch eine professionelle Ernährungsberatung»* denkbar.

Die Theke

Nachdem das Mitglied das Training beendet hat, wird sich nach einem kurzen Small Talk verabschiedet. Dabei wird das Mitglied im Thekenbereich, beispielsweise durch wechselnde Aufsteller (z. B. *«Welche Fette und Öle sind sinnvoll?»*), mit interessanten Ernährungsthemen in Berührung gebracht. Auch hier kann ein Aufsteller mit kleinen Ernährungspyramiden zum Mitnehmen als ergänzender Touchpoint dienen.

Auch der Hinweis auf die Verwendung von Bio-Milch vom regionalen Bauern für die Eiweissshakes oder auf das Angebot von veganem Proteinpulver und Milchalternativen (z. B. Mandelmilch) kann als Touchpoint im Thekenbereich genutzt werden.

Der Wellnessbereich

Der Wellnessbereich sollte hierbei nicht vergessen werden. Dort können gesunde Getränke (z. B. besonders mineralstoffreiches Wasser, nicht natriumarm) oder kleine gesunde Snacks (z. B. Obst und Nüsse) angeboten werden. In einigen Fällen werden dadurch Fragen zum Thema Essen und Ernährung aufkommen. Das Mitglied möchte eine fachlich kompetente Antwort, weshalb es seine Vertrauensperson im Studio anspricht. Einminütige kostenfreie Kurztipps sind jedoch ohne weiterführende Beratung weder für das Studio noch für das Mitglied sinnvoll und nachhaltig. Dieses Potenzial, das durch ernährungsbezogene Fragen entsteht, muss unbedingt genutzt werden, um Ernährungsberatungen zu verkaufen.

Der Beratungsraum

Zwei Tage später kommt das Mitglied motiviert ins Studio und freut sich auf den persönlichen Termin. In diesem wird schnell klar, dass eine mehrwöchige Ernährungsberatung mit Anschlussbetreuung zur Zielerreichung sinnvoll wäre. Denn Gewichtsmanagement sollte immer aus den drei Säulen Ernährungs-, Bewegungs- sowie Verhaltenstherapie aufgebaut sein (Deutsche Adipositasgesellschaft, 2014). Der Ernährungsberater oder die Ernährungsberaterin gibt dem Mitglied also ers-

te Tipps und ein Angebot für eine Ernährungsbetreuung an die Hand. Hierbei sollte es nie um die Frage des «Wollens» gehen (*«Möchten Sie vielleicht eine Ernährungsberatung buchen?»*), sondern das Mitglied bekommt einen klaren «Fahrplan», mit dem es optimal versorgt ist. Nur Teile davon umzusetzen (nur Training; keine Ernährungsberatung), ist dabei keine Option, da sie allein keinen Sinn ergeben, wenn die Mitglieder ideal betreut werden sollen.

Diese ganzheitliche Vorgehensweise sollte im besten Fall bereits während des ersten Trainingstermins thematisiert worden sein.

Weitere potenzielle Touchpoints

Weitere Touchpoints können im Gesundheits- und Fitnessstudio genutzt werden, um Ernährungsberatung besser zu platzieren:

- Körperanalyse-/BIA-Waage: regelmässige Termine und Besprechung der Zielvereinbarung
- Kursraum: Trainer beenden Kursstunde mit Tipps zum Essen danach
- Aushang und Info in studioeigener App: «Tag der gesunden Ernährung» einmal pro Monat mit Kurzvorträgen und gesunden Snacks

Fazit

Wenn eine Fitness- und Gesundheitsanlage ihren Kundinnen und Kunden ein Erlebnis bietet, das mit positiven Gefühlen verknüpft wird, ist es wahrscheinlich, dass die Mitglieder langfristig bleiben, Umsatz generieren und eine starke Bindung aufbauen (Middelkamp & Rutgers, 2017). Hier können physische Touchpoints im Kontext der Ernährung zum positiven Erlebnis einer ganzheitlichen Betreuung sowie der Unterstützung bei der Erreichung der individuellen Ziele beitragen. ■



Aline Emanuel
Aline Emanuel bringt als M. A. Prävention und Gesundheitsmanagement sowie B. A. Ernährungsberatung mehrjährige Erfahrung in der Ernährungsberatung in Fitness- und Gesundheitsanlagen mit. Sie ist als Dozentin, Tutorin und Autorin für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und als Leiterin des Fachbereichs Ernährung an der BSA-Akademie tätig.
www.dhfgp-bsa.de

Auszug aus der Literaturliste

Fransewitz, M., Schill, D. & Kracklauer, A.H. (2017). Auf den Spuren des Erfolgs: Mit Hilfe der Customer Journey die Kunden vom ersten Kontaktpunkt bis zur Kundenbindung begleiten. *Sales manager – Fachmagazin für marktorientierte Unternehmensführung*, (2), 6–9.

Helmke, S., Uebel, M. & Dangelmaier, W. (Hrsg.). (2017). *Effektives Customer Relationship Management. Instrumente – Einführungskonzepte – Organisation* (6., überarbeitete Auflage). Wiesbaden: Springer Gabler.

Middelkamp, J. & Rutgers, H. (2017). *Customer engagement and experience in the fitness sector*. Den Bosch: Black Box Publishers.

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte info@fitness-tribune.com.

Du liebst Gruppenfitness?

Mach was draus!



**JETZT
STARTEN**

safs.com

Infos &
Anmeldung



Forschungsergebnisse im Fokus

Wissenschaft für die Trainingspraxis



Erfolgsfaktor Betreuung

Supervision during resistance training positively influences muscular adaptations

Eine aktuelle Studie untersuchte den Einfluss von betreutem versus unbeaufsichtigtem Krafttraining auf ausgewählte muskuläre Anpassungseffekte von Trainierenden.

36 Probanden wurden per Zufall zwei Interventionsgruppen zugeteilt. Beide absolvierten ein standardisiertes achtwöchiges Trainingsprogramm. Eine Gruppe wurde professionell begleitet, die andere führte das gleiche Programm unbeaufsichtigt durch. Vor und nach der Intervention wurden Körperzusammensetzung, Muskeldicke und Kraftparameter analysiert.

Bei der Gruppe, die unter Aufsicht trainierte, waren verschiedene Anpassungseffekte grösser als bei der Vergleichsgruppe. Es konnte u. a. eine stärkere Zunahme der Muskeldicke vom M. triceps brachii, M. rectus femoris und M. vastus lateralis gemessen werden. Das 1-RM bei der Kniebeuge war im Vorher-nachher-Vergleich ebenfalls höher. Beim Bankdrücken und der isometrischen Kniestreckung erzielten beide Gruppen ähnliche Zuwächse.

Durch qualifiziertes Fachpersonal sichern Fitnesscenter eine individuelle Trainingsbetreuung, die Mitglieder bei der Erreichung ihrer Ziele optimal unterstützt und begleitet.

Literaturliste

Coleman, M., Burke, R., Benavente, C., Piñero, A., Augustin, F., Maldonado, J. et al. (2023). Supervision during resistance training positively influences muscular adaptations in resistance-trained individuals. *Journal of Sports Sciences*, 41 (12), 1207–1217.



Kundentreue statt Kündigung

Dropout & Prevention in Fitness Sports

Ein kürzlich erschienener Review untersuchte verschiedene Drop-out-Gründe von Fitnesstreibenden und leitete daraus Handlungsempfehlungen für das Centermanagement ab.

Auf Basis aktueller Studien wurden relevante Gründe, die zu einem vorzeitigen Trainingsabbruch bzw. einer Kündigung der Mitgliedschaft führten, analysiert. Im Anschluss wurden Lösungsstrategien entwickelt, um die Drop-out-Quote zu senken und die Kundenbindung zu verbessern.

Ein Drop-out kann individuelle, situative und/oder strukturelle Gründe haben. Oft handelt es sich um ein komplexes Bündel von mehreren Faktoren. Während Center auf Aspekte wie Umzug oder familiäre/gesundheitliche Gründe keinen Einfluss haben, können aufmerksame Mitarbeitende und ein zielgerichtetes Kundenbindungsmanagement dabei helfen, einem Drop-out aus anderen Gründen vorzubeugen: Motivations-/Zeitproblemen, Unzufriedenheit mit Service/Betreuung oder Preissensibilität kann man so effektiv begegnen und die Zufriedenheit und Motivation steigern.

Um Mitglieder langfristig zu halten und zu begeistern, sind kundennahe Angebote, eine individuelle Betreuung, flexible Mitgliedschaftsmodelle, zeiteffiziente Workouts und ein funktionierendes Kundenbindungsmanagement erfolgsentscheidend.

Literaturliste

Tokarski, W., Tosounidis, A. & Zarotis, G. F. (2023). Dropout & Prevention in Fitness Sports. *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences*, 8 (8), 234–239.

SOLEDOR®

Die perfekte ZWISCHENMAHLZEIT

Super cremig und in vielen leckeren Geschmacksrichtungen verfügbar. Unser Klassiker ist mit seinem **hochwertigen Protein** und seinem **unübertroffenen Geschmack** einfach ideal für **Body Shaping** mit Genuß!

- 80% Mehrkomponenten-Eiweiß
- bis zu 4650 mg BCAA pro Portion
- 9 Vitamine und 3 Mineralstoffe
- ohne Fett
- vegetarisch



Unsere Produkte werden unter strengsten medizinischen Standards in Roth, Deutschland, produziert. Proteine tragen zur Erhaltung von Muskelmasse und zu einer Zunahme an Muskelmasse bei.



...erlebbar besser!



Training und Coaching

Fitnesscoach als Schnittstelle auf dem Weg zum Kundenziel

Kunden bzw. Mitglieder kommen mit unterschiedlichen Anliegen zum Trainer: Sie möchten fitter werden, ihre Ausdauer verbessern, ihrem Rücken etwas Gutes tun, einen gesünderen Lebensstil in ihren Alltag integrieren, um nur einige zu nennen.

Trainerinnen und Trainer sind mit ihrer Fachkompetenz und Expertise in jeder Hinsicht gefragt, um auf Kunden und ihre Wünsche einzugehen und sie bei der Zielerreichung zu unterstützen. Trotzdem kann es vorkommen, dass sie mit ihrem Fachwissen in der Betreuung der Trainierenden an einen Punkt kommen, wo eher «Ratlosigkeit» herrscht, was der nächste Schritt in Richtung Zielerreichung für den Kunden sein muss. Genau dann sind Werkzeuge und Techniken aus der Coachingpraxis interessant, da dem Trainer dadurch neue Möglichkeiten im Umgang mit Kunden aufgezeigt werden (Heckhausen, 1989; Rheinberg, 1997).

Kunden bei der Zielerreichung unterstützen

Während Trainerinnen und Trainer in erster Linie als Wissensvermittler agieren und Trainierende dabei anleiten, eigene Lernerfahrungen zu machen, moderiert ein Coach Lernprozesse des Kunden und verhilft ihm, noch mehr aus seinem Potenzial herauszuholen. Ein Coach fungiert demzufolge als «Lotse» für den Kunden auf seinem Weg zum Ziel. Denn auch der beste Trainingsplan muss vom Kunden regelmässig umgesetzt werden, wenn das Training möglichst effektiv und effizient sein soll.

Mithilfe der Integration von Coaching-Techniken im Trainingsalltag kann es dem Trainer gelingen, die Bedürfnisse des Kun-

den noch besser zu verstehen und den Kunden bei der Erreichung seiner Ziele gezielt zu motivieren und zu unterstützen (Middelkamp, Steenberg & Wolfhagen, 2013). ■



An der BSA-Akademie zum «Fitnesscoach» weiterbilden

Im BSA-Lehrgang «Fitnesscoach» setzen sich Fitness-trainerinnen und -trainer mit Coaching-Werkzeugen auseinander, wie beispielsweise dem aktiven Zuhören oder dem gezielten Nachfragen, um diese an der richtigen Stelle einsetzen und dem Kunden so seinen Weg zum Ziel ebnen zu können. Durch diese individuelle Betreuung gelingt es den Teilnehmern, ihre Kunden langfristig an einen körperlich aktiven und gesunden Lebensstil zu binden.

www.bsa-akademie.de/fitco

Literaturliste

Rheinberg, F. (1997). Motivation (2. überarb. u. erw. Aufl.). Stuttgart: Kohlhammer.

Heckhausen, H. (1989). Motivation und Handeln. Berlin: Springer.

Middelkamp, J., Wolfhagen, P. & Steenberg, J. (2013). Kundenbindung in Fitnessclubs. Praktische Hilfsmittel zur Kundenbindung für Manager. KB's-Hertogen-bosch: BlackBox Publisher.

QualiCert

CERTIFIED QUALITY



QualiCert ist das führende Schweizer Prüfinstitut für gesundheitsfördernde Bewegungs- und Trainingsangebote.



qualicert.ch



Ihr professioneller Ansprechpartner für die Zertifizierung von Fitnesscentern und Kursanbietenden.



Überprüfung anhand der durch QTZ verwalteten Normen FitSafe, EMSSafe, CourseActive und der durch SNV verwalteten Norm SN EN 17229:19.



Über 25 Jahre Erfahrung.

Dank Bachelor- und Master-Studium

DHfPG-Absolvent erklimmt Karriereleiter in der Fitnessbranche

Über elf Jahre ist es nun her, dass Yannick Maurer mit seinem Bachelor-Studium Fitnessökonomie an der SAFS in Kooperation mit der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) beruflich in die Gesundheits- und Fitnessbranche eingestiegen ist. Seitdem hat der heute 29-Jährige, nicht zuletzt durch seinen Ausbildungsbetrieb, viele Erfahrungen sammeln können und sieht sich gut vorbereitet für seinen weiteren Weg in der Branche. Wir haben mit ihm über sein Studium gesprochen.



FITNESS TRIBUNE: Yannick, du arbeitest bei PureGym Swiss, wie kam es dazu?

Yannick Maurer: Ich habe mich 2013 nach abgeschlossenem Abitur damals noch bei der basefit.ch AG als Studierender für den Standort in Bachenbülach beworben. Nachdem ich zum Probetag eingeladen wurde und direkt eine Zusage bekommen habe, habe ich gar nicht mehr lange überlegt, sondern wollte sofort und mit voller Begeisterung in der Fitnessbranche starten. Den Arbeitsweg von rund 200 Kilometern pro Tag habe ich erstmal mit all meiner Euphorie in Kauf genommen. Zum damaligen Zeitpunkt hatten wir vier Standorte in der Umgebung von Zürich. Innerhalb der nächsten ca. elf Jahre sollte sich einiges ändern: Neben der Übernahme von PureGym sind wir in der Schweiz mittlerweile mit 45 Studios vertreten.

Wie bist du auf das duale Studium an der SAFS in Kooperation mit der DHfPG aufmerksam geworden?

Nachdem ich mein Abitur abgeschlossen hatte, wollte ich mein Hobby zum Beruf machen und habe nach Möglichkeiten

gesucht, Fitness und Arbeit miteinander zu verknüpfen. Sport stand bereits im Kindesalter bei mir immer im Vordergrund und nach einigen Jahren Leichtathletik und Fussball hatte ich den Weg ins Fitnessstudio gefunden. Das Fitnessstraining hat mich fasziniert und ich wollte mehr darüber erfahren. Dementsprechend habe ich recherchiert und bin im Internet auf die DHfPG gestossen.

Weshalb hast du dich für den Studiengang Bachelor of Arts Fitnessökonomie entschieden?

Für mich war klar, dass ein duales Studium der richtige Weg ist, weil es mir unter den Fingern brannte, das theoretisch erlernte Wissen in der Praxis umzusetzen. Ich habe mich auf der Website der DHfPG ausgiebig informiert und letztendlich für den Studiengang B. A. Fitnessökonomie entschieden. Für mich war besonders der ökonomische Anteil des Studiengangs interessant, da dieser eine perfekte Grundlage bietet, um selbst ein Studio zu leiten oder sich in der Fitnessbranche selbstständig zu machen. Im Nachhi-

nein kann ich sagen, dass das die perfekte Wahl war und die Studieninhalte den Weg für eine Karriere in der Fitnessbranche geebnet haben.

Wie verlief dein Studium und welche Position hast du jetzt?

Das Studium verlief reibungslos. Ich hatte super Dozentinnen und Dozenten, die mich auf dem Weg sehr unterstützt haben. Ich habe das Studium und insbesondere die kompakten Präsenzphasen sehr geschätzt. Für mich war es enorm wichtig, die vermittelten Inhalte aus den Präsenzphasen direkt in der Praxis umsetzen zu können. Das macht das Studium auch so extrem abwechslungsreich. Man steht nach einer absolvierten Präsenzphase wieder «an der Front» im Fitnessstudio und kann direkt das neu Erlernte anwenden.

Im Laufe der letzten Jahre hatte ich die Möglichkeit, meine Expertise in verschiedenen Funktionen zu festigen. Während des Bachelor-Studiums durfte ich bereits als Clubmanager meinen ersten eigenen Club in Basel leiten. Anschliessend konnte ich mich in den Rollen als Clustermanager, Regionalmanager, Interim Team Lead Gym Operations und letztendlich als Gym Operations Manager weiterentwickeln und an über 40 Eröffnungen in der Schweiz mitwirken. In der Funktion als Gym Operations Manager befinde ich mich nun seit ca. zwei Jahren.

Du hast dich nach deinem Bachelor-Studium für ein Master-Studium an der DHfPG entschieden?

Nach Abschluss des Bachelor-Studiums bin ich auf den Master of Business Administration Sport-/Gesundheitsmanagement aufmerksam geworden und verspürte den Drang danach, mich weiterzuentwickeln. Mein Arbeitgeber ermöglichte es mir, trotz Clustermanagement und Regionalmanagement, dieses Studium parallel wahrzunehmen. Auch hier waren die kompakten Präsenzphasen perfekt für mich, da ich das Studium so mit dem Berufsalltag kombinieren konnte.

Erzähl mal, wie sieht ein typischer Arbeitstag bei dir aus?

Normalerweise startet ein typischer Arbeitstag mit Zahlen, Daten und Fakten. Ich möchte zu Beginn des Tages wissen, wie sich aktuelle Kennzahlen verhalten. Seien es Angaben der Kunden zur Kundenzufriedenheit oder abgeschlossene Mitgliedschaften des vorherigen Tages. Ich verschaffe mir einen Überblick über diverse KPIs, um anschliessend relevante Entscheidungen treffen zu können. Neben Tätigkeiten vor dem Bildschirm schätze ich an meinem Beruf aber insbesondere die Interaktion mit meinem Team und den Mitarbeitern in unseren Studios. Meetings und Studiobesuche mit meinen Regionalmanagern machen den Arbeitsalltag sehr abwechslungsreich und dienen als Grundlage für Schulungsinhalte. Es ist mir enorm wichtig, bei Studiobesuchen alle Standards zu prüfen, um unseren Kunden ein Top-Trainingserlebnis zu ermöglichen. Somit stehen auch regelmässige Qualitätskontrollen im Vordergrund. Entscheidend für den erfolgreichen Aufbau ist ausserdem unsere Expansion in der Schweiz. Besonders war in den letzten Monaten die Expansion in den französischsprachigen Teil.

Wie geht es beruflich für dich weiter?

Ich werde PureGym im April 2024 nach über elf Jahren verlassen, um mich neuen Herausforderungen zu stellen. Ich möchte mich stets weiterentwickeln und meine Operations-Expertise weiterhin ausbauen. ■



Über den Interviewpartner:

Yannick Maurer studierte von 2013 bis 2016 Fitnessökonomie (B. A.) an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG). Im Anschluss absolvierte er nebenberuflich den MBA Sport-/Gesundheitsmanagement. Aktuell arbeitet der 29-Jährige als Gym Operations Manager bei PureGym Swiss.



Die DHfPG in drei Worten?

Abwechslungsreich, organisiert, Karrieregrundlage

Das duale Studiensystem der DHfPG besteht aus einem Fernstudium mit kompakten Lehrveranstaltungen und einer betrieblichen Tätigkeit. Die Lehrveranstaltungen können an einem der elf Studienzentren in der DACH-Region (z. B. in Zürich) sowie digital absolviert werden.

Weitere Infos zum DHfPG-Studium finden Sie bei der SAFS, dem offiziellen Kooperationspartner der DHfPG in der Schweiz, unter www.safs.com/studium oder rufen Sie an unter Tel.: +41 44 404 50 70.



TEILNEHMEN UND GEWINNEN!

«Wie du lernst, ein Team zu leiten»

Der Crashkurs für neue Führungskräfte

Herzlichen Glückwunsch! Sie haben es geschafft, zur Führungskraft aufzusteigen! Nach dem euphorischen Klirren der Sektegläser, der Annahme Ihres glänzenden neuen Titels und dem Eintritt in dieses aufregende neue Kapitel Ihrer beruflichen Laufbahn könnte Ihnen nun klar werden, dass Sie vielleicht nicht genau wissen, was als Nächstes zu tun ist.

Diese Erkenntnis traf auch Julie Zhuo, als sie im zarten Alter von 25 Jahren zur Abteilungsleiterin befördert wurde. Vor ihr erstreckte sich eine lange Liste von Aufgaben – von der Mitarbeitergewinnung bis zur Kündigung, von Besprechungen bis zur Berichterstattung, von der Planung bis zum Präsentieren – und sie sah sich einer Vielzahl von Fragen und Unsicherheiten gegenüber. Wie konnte sie die Arbeit ihres Teams optimal für das Unternehmen nutzen? Wie konnte sie die Karrieren ihrer Mitarbeiter erfolgreich fördern? Und was war das Geheimnis, um in neuen und unerwarteten Situationen souverän zu führen?

Mittlerweile hat sie Teams mit Hunderten von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern geleitet und die wichtigste Lektion gelernt: Gute Führungskräfte werden gemacht, nicht geboren. Wenn Sie dieses Buch lesen, sind Sie bereits auf dem besten Weg.

Ihr Buch «Wie du lernst, ein Team zu leiten» ist ein zeitgemässer Ratgeber für alle, die in ihrem Beruf Personalverantwortung tragen. Er ist randvoll mit praxisnahen Beispielen und wegweisenden Erkenntnissen, darunter ...

- worin sich eine hervorragende von einer durchschnittlichen Führungskraft unterscheidet,
- wann es sinnvoll ist, bei Personalentscheidungen auf Ihr Bauchgefühl zu hören,
- wie Sie gegenseitiges Vertrauen zu Ihren Mitarbeitenden aufbauen können,
- was zu tun ist, wenn Sie einmal nicht mehr weiterwissen.

Egal, ob Sie zum ersten Mal Personalverantwortung übernehmen, bereits Erfahrung in der Leitung mitbringen oder eine Beförderung anstreben – dieses Buch ist der perfekte Leitfaden, um die Art von Führungskraft zu werden, die Sie selbst früher gern gehabt hätten.

Nehmen Sie jetzt an unserer Leserumfrage teil und gewinnen Sie das Buch «Wie du lernst, ein Team zu leiten» von Julie Zhuo!


Julie Zhuo | Wie du lernst, ein Team zu leiten | Yes Publishing, 2023 | ISBN 978-3-96905-225-9

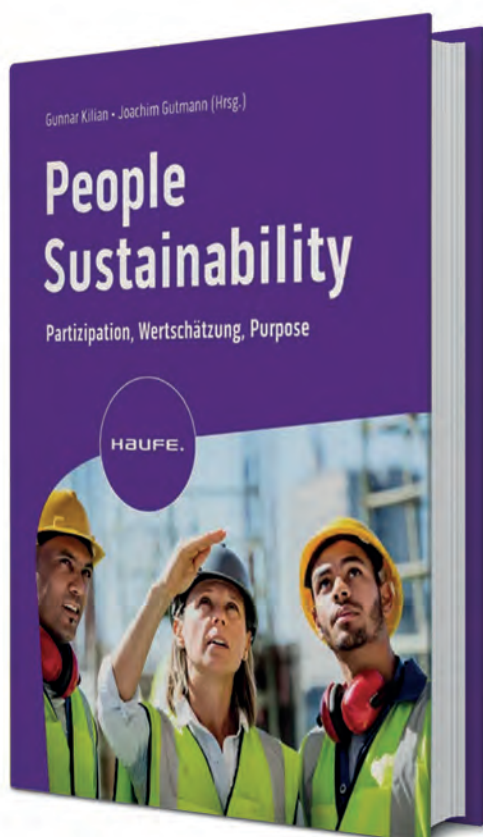
IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG!

Wie hat Ihnen unsere neue Ausgabe der FT gefallen? Nehmen Sie bis zum 24. März 2024 an unserer Leserumfrage teil und gewinnen Sie das Buch **«Wie du lernst, ein Team zu leiten»** von Julie Zhuo! Scannen Sie einfach den QR-Code oder nutzen Sie folgenden Link:

bit.ly/umfrage_ft_207

Wir danken Ihnen und freuen uns, Sie in der nächsten Ausgabe und über unsere Social-Media-Kanäle wieder begrüßen zu dürfen!





«People Sustainability»

Partizipation, Wertschätzung, Purpose

Unternehmen sind im Zuge der ESG-Nachhaltigkeitskriterien dringend gefordert, durch geeignete Konzepte und Massnahmen ein gesundes und motivationsförderndes Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem Menschen sich einbringen und ihr Bestes zum Erfolg des Unternehmens beitragen können.

Dieses Buch stellt Aktivitäten und Erfahrungen von Unternehmen mit nachhaltigem HR-Management vor. Ebenso dokumentiert es innovative Ansätze zur Gestaltung eines nachhaltigen Gesundheitsmanagements. In 16 Einzelbeiträgen präsentieren 29 Autorinnen und Autoren aus Industrie und Wissenschaft aktuelle Erfahrungen und Erkenntnisse, neueste Forschungsergebnisse sowie konkrete Fallbeispiele aus namhaften Unternehmen unterschiedlicher Branchen und Grössen.

Anhand von Praxisbeispielen und Fallstudien zeigen die Autoren, wie bekannte Unternehmen diese HR-Strategie bereits implementieren und was sie damit erreichen können.

Gunnar Kilian, Joachim Gutmann | People Sustainability | ISBN 978-3-648-17341-1



«Future ready People & Culture»

HR als Treiber der Digitalisierung

Humans Resources sollten bei der Digitalisierung der Arbeitswelt eine wichtige Rolle spielen. In «Future ready People & Culture» definiert Dominique René Fara die Rolle von HR neu und untersucht den Status quo.

Der Autor wirft die Frage auf, ob Deutschland die Digitalisierung verschläft. Als Experte für Personalentwicklung und Arbeitspsychologie sieht er den Personalbereich als einen der Schlüsselbereiche, um das digitale Ruder herumzureissen.

Der Herausgeber stellt Best-Practice-Beispiele von namhaften Unternehmen vor. Er lässt Expertinnen und Experten zu Wort kommen, die aufzeigen, dass der Personalbereich von elementarer Bedeutung ist, um die Transformation zu schaffen.

Namhafte Autoren und Autorinnen wie Prof. Dr. Gunther Olesch, Dr. Holger Schmidt und Johanna Geisler beleuchten HR für die digitale Zukunft deutscher Unternehmen aus unterschiedlicher Sicht. Welche Veränderungen stehen noch bevor? Wie leisten Personalbereiche einen wesentlichen Beitrag?

Dominique René Fara | Future ready People & Culture | ISBN 978-3-648-16947-6



«Anno nuovo, vita nuova» – Anno nuovo, ma sempre la solita storia?

Avete messo a profitto lo slancio innescato dal nuovo anno? Avete analizzato i vecchi meccanismi e liberato voi stessi e l'azienda dalla «polvere» dell'anno trascorso? O nel 2024 siete ricaduti ancora una volta nella solita tiritera «Abbiamo sempre fatto così»?

Per gli imprenditori mettere in discussione il vecchio e stabilire il nuovo è difficile tanto quanto per i clienti, che col nuovo anno accorrono euforici nelle palestre. Per mettere in pratica nuovi propositi di lunga durata, tuttavia, conta meno il momento quanto piuttosto il giusto inizio. Ma come cominciare? La ricerca potrebbe essere un buon punto di partenza: elaborate una panoramica del mercato, sia a livello nazionale che internazionale. Osservate dove si sta dirigendo il settore e quali sono le tendenze più promettenti.

Il modo migliore per avere una visione d'insieme del mercato sono i risultati che figurano nei «Dati chiave dell'industria svizzera del fitness». Partecipate subito al sondaggio ancora in corso per il 2023, quest'estate potrete avvalervi delle ultime cifre relative al settore svizzero del fitness, (da pag. 26). In primavera saranno pubblicati anche gli ultimi studi sui dati chiave di Germania e Austria. Scoprite da pag. 52 e da pag. 42 come procede attualmente la raccolta dei dati chiave nei due Paesi confinanti e quali vantaggi può trarre il gestore di una palestra dall'esame di tutte e tre le indagini.

Per conoscere i principali orientamenti del fitness del 2024, vale la pena dare un'occhiata alle tendenze evidenziate dall'American College of Sports Medicine per l'anno in corso, «ACSM-Trends 2024». Abbiamo valutato per voi le cinque principali tendenze, presentate da pag. 50, e quale significato abbiano per gli operatori dei centri fitness.

Per «stabilire nuovi standard» e «riordinare la propria azienda» occorrono sia tempo che la forza di ammettere i propri errori. Nelle rubriche di Edy Paul (da pag. 60) e di Eric-Pi Zürcher

(da pag. 62), potrete scoprire perché è particolarmente vero che «le cose belle richiedono tempo» in un contesto imprenditoriale e perché riconoscere i propri errori può fare la differenza.

Per evitare che la polvere si accumuli, dovrete sostanzialmente chiedervi due cose - e non farlo solo una volta all'anno: Qual è il mio obiettivo e qual è il mio pubblico mirato? A prima vista, si potrebbe supporre che il Phoenix Fitness di Dättwil si basi su un principio privo di finalità, ossia il «tutto in una volta per favore». Il proprietario e amministratore delegato Ayhan Türküm ci dimostra nell'intervista a pagina 12 che però non è così e che l'intera palestra, compreso il personale, verte su un concetto chiaro. Il MALU sportsclub di Vienna si rivolge a un «prototipo di cliente» ben definito: il proprietario e amministratore delegato stesso. Ussy Doleh ha infatti progettato il centro in base ai suoi propri desideri e alle sue esigenze. Da pagina 36 potete leggere come ci è arrivato e se ha davvero avuto successo.

Anche per avviare processi innovativi resta decisivo il contributo degli esperti. I redattori della FITNESS TRIBUNE raccomandano quindi di leggere con particolare attenzione gli articoli specialistici di questo numero. Tra gli altri, Sara Martinovic mostra, da pagina 70, come sia possibile superare le lacune motivazionali, Loredana Fiore accompagna i lettori nel mondo del power yoga (da pag. 74), mentre nell'articolo di Karsten Hübner, da pagina 78, potete apprendere come comporre un programma di allenamento individuale orientato al carattere di fondo della palestra.

Buona lettura
FITNESS TRIBUNE



« Un jour sans fin » – Nouvelle année mais vieille rengaine ?

Le vent de nouveauté apporté par la nouvelle année vous a-t-il été utile ? Avez-vous « dépeussieré » votre entreprise et reconsidéré les méthodes en vigueur l'an dernier ou, une fois de plus, en 2024, êtes-vous retombé dans le piège de la vieille rengaine du « c'est comme ça que nous avons toujours fait » ?

Remettre en question les vieilles habitudes et innover est tout aussi difficile pour les dirigeants de clubs que pour les adhérents enthousiastes qui affluent dans les salles de sport, portés par leurs bonnes résolutions du nouvel An. Or, pour mettre en place durablement de nouveaux processus, la date est en réalité beaucoup moins importante que le fait de bien commencer. Mais par où, justement ? Quelques recherches pourraient constituer un bon point de départ : avoir une vision d'ensemble du marché – à la fois au niveau national et au niveau international ; observer dans quel sens évolue le secteur et quelles sont les tendances les plus prometteuses.

Pour ce faire, les « Données clés de l'économie suisse du fitness » sont la meilleure source d'informations qui soit. Participez à la collecte actuelle des données pour l'année 2023 et, l'été prochain, découvrez les derniers chiffres du secteur suisse du fitness (à partir de la page 26). Les dernières études sur l'Allemagne et l'Autriche seront, quant à elles, publiées au printemps. À partir des pages 52 et 42, vous découvrirez où en sont actuellement les collectes de données chez nos deux voisins ainsi que les avantages que le fait d'être informé des résultats des trois enquêtes peut procurer à un exploitant de salle de sport.

Un coup d'œil aux « ACSM Trends 2024 » vous permettra aussi de voir quelles sont les principales tendances du fitness en 2024. Nous avons enquêté et repéré les cinq tendances dominantes, ainsi que leur signification pour les exploitants de centres de fitness. Nous vous les présentons à partir de la page 50.

Pour « définir de nouvelles normes » et « faire le ménage dans sa propre entreprise », il faut du temps, ainsi que le courage

d'admettre ses erreurs. Les chroniques d'Edy Paul (à partir de la page 60) et d'Eric-Pi Zürcher (à partir de la page 62) vous apprendront pourquoi le proverbe d'origine latine « Rome ne s'est pas faite en un jour » se vérifie tout particulièrement dans le contexte de l'entreprise, et pourquoi reconnaître ses propres erreurs peut véritablement changer la donne.

Afin d'éviter que les habitudes s'enracinent, il est conseillé de se poser deux questions – et pas seulement une fois par an : quel est mon concept ? Quel est mon groupe-cible ? À première vue, on pourrait supposer que le Phoenix Fitness de Dättwil applique la règle du « un petit peu de tout, s'il vous plaît » sans poursuivre d'objectif bien défini. Lors de l'entretien qu'il nous a accordé (à partir de la page 12), Ayhan Türküm, son propriétaire et gérant, nous a montré qu'il en allait tout autrement et que sa salle de sport, ainsi que son personnel, suivaient un concept clair. À Vienne, le club de sport MALU se base sur un « prototype client » très précis inspiré du propriétaire et gérant en personne. Ussy Doleh a imaginé la salle de sport selon ses propres souhaits et exigences. Nous vous dirons, à partir de la page 36, comment cela s'est passé et s'il y est effectivement parvenu.

La contribution de spécialistes est également essentielle lorsqu'il est question de lancer des processus innovants. La rédaction de FITNESS TRIBUNE vous recommande donc lire avec une attention particulière les articles spécialisés de ce numéro. Sara Martinovic y indique notamment comment surmonter la perte de motivation (à partir de la page 70). Loredana Fiore emmène les lecteurs dans le monde du Power Yoga (à partir de la page 74). Et l'article de Karsten Hübner, à partir de la page 78, vous apprend à élaborer un programme d'entraînement personnalisé et en phase avec votre concept.

En vous souhaitant une agréable lecture,
Votre FITNESS TRIBUNE

INSERENTENVERZEICHNIS	
ACISO	55
best4health	23
BESTWIPES/RKS	33
DHfPG	49
Echino SA	57
EGYM	35
FIBO/RX Deutschland GmbH	27
Fimex	100
FITNESS TRIBUNE	98
gym80	2
jobfitness	97
Macani GmbH	73
Matrix	18–19, 43
milou	1, 69
Morgenroth	3
Neogate	4
QualiCert	89
Qualitop	77
SAFS	17, 41, 85, 99
seca	11
Soledor	87

SCHULEN & BILDUNGSINSTITUTIONEN



SAFS
SWISS ACADEMY OF FITNESS & SPORTS

www.safs.com



Deutsche Hochschule
für Prävention und Gesundheitsmanagement
University of Applied Sciences

www.dhfgg.de



FITS PRO
EDUCATION

www.fitspro.com



HWS
Huber Widemann Schule

www.hws.ch



star
school for training and recreation

www.star-education.ch



Swiss
Prävensana
Akademie
Fachschule für Gesundheitsberufe

www.swisspraevensana.ch



UPDATE
akademie

www.update-akademie.ch

VERBÄNDE



swiss active
Interessengemeinschaft Fitness Schweiz
Communauté d'intérêts Fitness Suisse
Comunità di interessi Fitness Svizzera
Community of interest Fitness Switzerland

www.swissactive.ch



SFGV

www.sfgv.ch



SPTV
Schweizer Personal Trainer Verband

www.sptv.ch



S|V|B|O
Schweizerischer Verband der Bildungsorganisationen
Bewegung und Gesundheitsförderung

www.bildungsorganisationen.ch

Anzeige

Wir suchen dich!
Deine Zukunft in der Fitnessbranche



movemi



Weitere Infos: www.migros-gruppe.jobs

INFORMATIONEN ZU ...



swiss active
Interessengemeinschaft Fitness Schweiz
Communauté d'intérêts Fitness Suisse
Comunità di interessi Fitness Svizzera
Community of interest Fitness Switzerland



QualiCert
CERTIFIED QUALITY



qualitop

www.qualitop.ch



Fit[Safe]

www.qualicert.ch



SFGV



Fitnessguide

www.sfgv.ch

**Jetzt
inserieren!**
ab CHF 160.-



Erfolgreich Personal finden



JOBFITNESS.ch

Das NO.1 Fitness Stellenportal der Schweiz!



Verlags- und Anzeigenadresse:

Fitness-Experte AG
 Albisriederstrasse 226
 8047 Zürich - Schweiz
 Tel. +41 79 523 72 95
 info@fitness-tribune.com
 www.fitnesstribune.com

Verwaltungsrat:
 Remo Andrighetto, René Stoss

Textredaktion und Administration:
 Fitness-Experte AG

Anzeigenverwaltung für Deutschland, Österreich und die Schweiz:
 Fitness-Experte AG
 Tel. +41 79 523 72 95

Abo-Preis für die Schweiz:
 CHF 30.- inkl. Versand

Abo-Preis für Deutschland & Österreich:
 EURO 30.- inkl. Versand

Druckerei:
 Prospektus Nyomda, Ungarn

© 1988-2024 für Beiträge von Fitness-Experte AG

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Gerichtsstand: Sitz des Verlages.

Haftung: Artikel, die mit Namen oder Initialen des Verfassers gekennzeichnet sind, stellen nicht unbedingt die Meinung der Redaktion dar. Für unverlangte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen.

Durch Annahme von Manuskripten und Fotomaterial erwirbt der Verlag exklusiv alle Rechte. Höhere Gewalt entbindet den Verlag von der Lieferungsspflicht. Ersatzansprüche können in solchen Fällen nicht anerkannt werden.

Die FITNESS TRIBUNE erscheint sechsmal jährlich in der Schweiz, Österreich und Deutschland. In der Schweiz und Österreich ist die FITNESS TRIBUNE das führende Fitness Fachmagazin. In Deutschland ist unser Magazin zwar nicht führend, aber trotzdem gerne gelesen. Fordern Sie beim Verlag die Mediendaten an und informieren Sie sich über Auflage, Verteilung und Preise.

Der schweizerische Schriftsatz hat kein Zeichen für ß; es wird «ss» für ß gesetzt.

Redaktionsschlussdaten 2024

Ausgabe:	Einsendeschluss für Redaktion:	Einsendeschluss für Anzeigen:	Erscheinungsdatum:
Nr. 208, April/Mai (FIBO-Ausgabe)	21.02.2024	06.03.2024	2. Aprilwoche 2024
Nr. 209, Juni/Juli	01.05.2024	15.05.2024	3. Juniwoche 2024
Nr. 210, August/September	03.07.2024	17.07.2024	3. Augustwoche 2024

Anzeige



Ihre Meinung ist uns wichtig!



Jetzt QR-Code scannen und Umfrage starten

Werde LES MILLS Instruktor

Starte deine Ausbildung!



safs.com

Infos &
Anmeldung

LES MILLS



Biostrength™ Schneller bessere Resultate.

AKTIVIERUNG UND MOTIVATION

Biofeedback und KI für
Anleitung in Echtzeit



NEUROMUSKULÄRE STIMULATION

Erhöhte
neuromuskuläre
Aktivität



BIODRIVE SYSTEM

PATENTED

PERSONALISIERTE ROM

Korrekte ROM und Geschwindigkeit



OPTIMALE BELASTUNG

Maximale Muskelkontraktion



KORREKTE KÖRPERHALTUNG

Automatische Einstellung der Sitzposition



Biostrength™ hilft Ihnen, die häufigsten Fehler beim Krafttraining zu vermeiden, um bis zu 30% mehr Ergebnisse beim Training zu erzielen. Dank des patentierten Biodrive-Systems können Sie einfach und automatisch:

- Das Ziel auswählen und die optimalen Widerstände und Biofeedback dafür erhalten
- Mit der angemessenen Arbeitslast trainieren
- Den korrekten Bewegungsumfang finden
- Das richtige Tempo und die richtige Wiederholungszahl einstellen
- Die passenden Ruhephasen erhalten

Entdecken Sie mehr auf
technogym.com/FitnessTribune

TECHNOGYM®