







UNTERNEHMER DES JAHRES 2018





BERNY HUBER KOLUMNE

32





# Fachmagazin für Fitness, Wellness & Gesundheit im deutschsprachigen Europa

Sind Sie in der Fitness-, Wellness oder Gesundheitsbranche tätig? Sie arbeiten in der Fitnessindustrie? Oder Sie wollen sich einfach mehr Hintergrundwissen über diese spannende Branche aneignen?

Dann lesen Sie ab heute unbedingt die FITNESS TRIBUNE. Sie steht seit 30 Jahren für Fachkompetenz im Bereich Fitness, Wellness und Gesundheit.

Neu können Sie die FITNESS TRI-BUNE auch bequem Online auf Ihrem Tablet, PC oder Mac lesen.

Besuchen Sie unsere neue Homepage: www.fitnesstribune.com



INTERVIEW GIUSI VERRE

48



INTERVIEW MARCEL HÄNE

76



ROMAN SPITKO KOLUMNE

96



SWISS SKILLS

106

# Inhaltsverzeichnis

Editorial	II.
Unternehmer des Jahres 2018	12
Fitness Gladiator	18
Karin Albrecht Kolumne	20
Fitness News	22   27   90
Event News	23
Advertorial SportsArt	24
World News	26
Netzwerktreffen FITNESS TRIBUNE	28
Denkanstoss FitnessEXPO	30
Berny Huber Kolumne	32
Edy Paul Kolumne	34
Andreas Bredenkamp Kolumne	36
Advertorial STOFFWECHSELKURschweiz	38
Ronald Jansen Functional News	40
Advertorial Technogym SKILLBIKE	43
Advertorial STAGES	44
Manpower News	46
Interview Giusi Verre	48
SAFS News	52
FitnessEXPO Basel	54
Germany News	56
Austria News	58   69
Education News	62   74
Denkanstoss: Verkauf fünf fitnessplus-Filialen	64

Advertorial freshcompany	65
Jan Prinzhausen Kolumne	66
Peter Regli Kolumne	70
SWISSKIDS Foundation	72
Interview Marcel Häne	76
FITNESS TRIBUNE stellt vor: MeinGym	78
Swiss News	79   98   111   113
Peter Domitner Kolumne	80
Health News	82   92
SFGV News	84
Hans Muench International	88
FITNESS TRIBUNE stellt vor: Body Gym Gruppe	94
Roman Spitko Kolumne	96
Innovation News: Sphery	100
Eric-Pi Zürcher Kolumne	102
Wellness News	104
Swiss Skills	106
Media News	112
Svizzera italiana	116
Suisse romande	117
Kleinanzeigen	118
Termine und Adressen	119
Inserentenverzeichnis	120
Impressum	122



# Grösste Group Fitness Convention der Schweiz

Herzrasen, Adrenalin & die weltweit besten Group Fitness Lektionen. Du und 1000 weitere Fitnessfreaks in Action.



# LIPSTICK The Beauty & Lifestyle Convention

Wir bringen zusammen was zusammen gehört, Girls, Stars & BeautyBrands.



# Meet the Stars Area

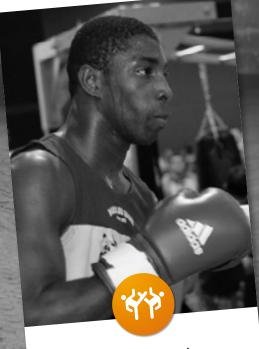
Triff deinen Star hautnah und mach das Selfie deines Lebens. So viele Fitness-Stars aus YouTube, Instagram und Facebook gab es noch nie in der Schweiz. Voll Krass!!



# Functional Training

Hier schwitzen Top Athleten am härtesten Wettkampf der Schweiz.

# JACK THE



# Fight Night

Saturday Night, 3 Boxkämpfe, 3 MMA und 3 K1 Style Fights.



# Mr. & Miss Beach Body Contest

Die knackigsten Bodys gewinnen!









Consulting | Marketing

# HAPPY GARANTIE

Testen Sie den
Online Marketing Service und
das Online Lead System 2.0
6 Monate lang!

Alle Details erhalten Sie per Tel. 043 488 04 90 oder Mail: ariane.egli@greinwalder.com









Mitgliedergewinn durch Online Marketing



Roger A. Gestach

Jahrgang 1971, in Partnerschaft, 2 Kinder

Aufgewachsen in Sursee (Kanton Luzern, Zentralschweiz)

Im Alter von 6 Jahren mit Karate begonnen

10x Schweizermeister im Karate (von Jugend, Junior bis Elite)

2x Europameister im Team Shotokan und 3. Platz alle Stilarten

Vizeweltmeister im Team Shotokan

5. Platz WM Einzel alle Stilarten

Träger des 3. Dan und viele Jahre Träger der Swiss Olympic Card

Banklehre, Betriebsökonomie HFW, Fitness-Instruktor mit Eidg. Fachausweis,
Bachelor of Arts in Fitnessökonomie, diverse
Ausbildungen in Management/Marketing/
Personalführung, u.a. CAS an der
Uni St. Gallen

In der Fitnessbranche seit 1993 Mitinhaber einer Karate Schule, aus der 1993 das erste Fitnesscenter in Sursee entstand

Inhaber und Geschäftsführer der TC Gruppe Innerschweiz AG mit vier grossen Fitnesscentern und 3 Damenfitnesscentern

7 Jahre im Vorstand des SFGV

Gründer und langjähriger Geschäftsführer der ONE Training Center AG

Seit jeher grosses Interesse für Medien und Marketing

Per September 2017 Kauf der FITNESS TRIBUNE mit der Firma Fitness–Experte AG

info@fitnesstribune.com

# Das Erfundene kann vervollkommnet, das Geschaffene nur nachgeahmt werden

Zitat: Marie von Ebner-Eschenbach (1830-1916)

Oder man könnte auch fragen: Wer hat es erfunden? Die Schweizer! Diese Ausgabe der FITNESS TRIBUNE ist voll von Erfindungen und Innovationen!

Vor einigen Jahren – damals war ich noch Geschäftsführer einer Fitnesskette – habe ich von ein paar Berner Studenten einen Werbebrief und anschliessend einen Telefonanruf erhalten. Sie sagten, dass sie ein neues Koordinationsgerät erfunden hätten und mir dieses Gerät sehr gerne vorstellen würden. Ich hatte damals nur ein müdes Lächeln für diese Studenten übrig und gab ihnen nicht einmal einen Termin. Ein paar Jahre später mischen die Jungs regelrecht die Fitnessbranche auf. Ihr innovatives Koordinationsgerät SensoPro ist zum Marktrenner geworden. Die Berner leben heute von ihrer Erfindung, haben mehrere Mitarbeiter, bereits über 390 Installationen verkauft und verfügen über Vertretungen im Ausland. Das Gerät ist "made in Switzerland". Grund genug, die drei Erfinder von SensoPro, Kaspar Schmocker, Jan Urfer und Florian Kuchen zu den Unternehmern des Jahres 2018 zu küren. Herzliche Gratulation!

Auch der BodyStretcher von HIMTEC ist eine spannende Schweizer Erfindung. Marcel Häne hatte selber Rückenschmerzen und fand kein Gerät auf dem Markt, was ihm half. So erschuf er gleich selber eines. Lesen Sie hierzu das spannende Interview. Kennen Sie Sphery? Das ist eine weitere Erfindung aus dem Land der Eidgenossen.

Kaum ein Besitzerwechsel hat in letzter Zeit so grosse Wellen geschlagen wie der Verkauf von fünf fitnessplus-Center an den Discounter basefit.ch. Lesen Sie, was der "Angeschuldigte" Giusi Verre dazu sagt.

Nun steht er fest, der erste Schweizermeister im Beruf Fitness (genaue Bezeichnung: Fachmann Bewegungs-/Gesundheitsförderung EFZ). André Viegas Machado ist der Sieger der Swiss Skills in Bern.

In wenigen Wochen geht es los: Das grösste Fitness-Happening der Schweiz startet, die FitnessEXPO in Basel! Mit dabei ist die FITNESS TRIBUNE mit einem spannenden Netzwerktreffen. Warum Sie unbedingt nach Basel kommen sollten und die neusten News der Messe finden Sie in dieser Ausgabe. Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Lesen und bis bald.

Herzlichst Ihr

River Gestach

# Kaspar Schmocker, Jan Urfer, Florian Kuchen von SensoPro sind die Unternehmer des Jahres 2018!

Mit dieser Auszeichnung werden Personen ausgezeichnet, die sich in hervorragender Weise für die Fitnessbranche und die dahinterstehende Philosophie einsetzen.



v.l.n.r.: Jan Urfer, Kaspar Schmocker, Florian Kuchen

Roger Gestach (RG:) sprach mit den drei Gründern von SensoPro Kaspar Schmocker (KS), Jan Urfer (JU) und Florian Kuchen (FK).

RG: Lieber Kaspar, Jan und Florian, herzliche Gratulation, ihr seid die Unternehmer des Jahres 2018! Was habt ihr gedacht, als ihr davon erfahren habt?

JU: Ich habe mich riesig gefreut! Nicht für mich, sondern für das Team, welches seit Jahren SensoPro verkörpert und mit Leidenschaft an der Sache ist.

KS: Ich war total überrascht und konnte es nicht fassen. Ich empfand Freude, Stolz und auch Dankbarkeit gegenüber all unseren Partnern, Kunden und Freunden. Es war wirklich ein emotionaler Moment.

FK: Kaspar war im Büro nebenan und schrie plötzlich los, was nicht selten passiert, aber die Lautstärke war dieses Mal besonders. Es war eine grosse Überraschung und wir mussten das gleich kurz feiern.

RG: Könnt ihr die wichtigsten Meilensteine eurer Firmengeschichte erläutern?

KS: Die Idee ist während unserem Sportstudium entstanden und wir hatten ehrlicherweise nicht von Beginn an die Vision, dass das Gerät in jedem Fitnesscenter, bei jedem Physio und bei jedem Sportteam stehen soll. Den ersten Prototypen durften wir 2011 im Input Fitness Center in Steffisburg testen. Obwohl die Feedbacks gar nicht so schlecht waren, war das Gerät schneller wieder raus als es dort stand.

JU: Zwei Jahre später wurden wir für den FIBO Innovation Award nominiert und realisierten zum ersten Mal, dass es tatsächlich klappen könnte. Dies war eine riesige Motivation für das ganze, damals noch sehr kleine Team.

FK: Allerdings haben wir dort auch realisiert, dass das Gerät wohl nicht so schlecht ist, die Kunden aber gar nicht wussten, was auf dem SensoPro zu tun war. Deshalb war die Einführung vom Video Kit 2015 auf welchem das Training gezeigt wird, der vielleicht wichtigste Schritt in der Produktentwicklung.

KS: Sehr speziell war sicherlich auch der Auftritt 2016 in der «Höhle der Löwen» im deutschen TV. Das Lampenfieber, der Pitch vor den Investoren und die spätere Medialisierung waren



völliges Neuland. Bis heute werden wir auf den Auftritt angesprochen und wir fanden dank der Sendung auch unseren Partner crosscorpo, welcher für uns heute den deutschen Markt beackert.

FK: Also crosscorpo fand uns, nicht wir sie! Danach war es sicherlich die Entwicklung, welche wir genommen haben und wenn wir dieses Jahr die 400 Geräte-Marke knacken, wäre das ein weiterer Höhepunkt.

RG: Was ist die Idee und das Konzept hinter SensoPro?

KS: Während des Sportstudiums an der Universität Bern sollten wir ein Praktikum absolvieren. Ich wollte aber lieber selber etwas machen und mein Onkel Felix sagte zu mir, dass wir doch ein neues Sportgerät entwickeln könnten. Ich fragte ihn, welches er denn kopieren wolle.

Im gleichen Moment sahen wir, wie seine Tochter Luna auf einem Trampolin hüpfte. Ein paar Tage später schnitten wir das grosse Trampolin auseinander. Luna hatte keine Freude und zur Wiedergutmachung mussten wir dann die erste Version Luna taufen, welche auch heute in abgeänderter Form noch aktuell ist.

Es würde aber nicht der Wahrheit entsprechen, wenn wir behaupten würde, dass wir von Anfang an einen klaren Plan hatten. Ganz im Gegenteil: Wir haben einfach angefangen zu bauen und sonntags immer daran herumgebastelt. Schritt für Schritt näherten wir uns dem Thema Koordination und fanden so, zumindest geistig, unsere Nische im Gesundheits- und Fitnessbereich.

Als Jan dazukam und den Prototypen zum ersten Mal sah, sagte er ungefähr: «Was zum Teufel ist das für ein Aluminumhaufen?»

Erst als wir langsam den Markt kennenlernten, verstanden wir, wo wir hingehören. So haben wir uns langsam zu einem videobasierten und einfach bedienbaren Koordinationskonzept entwickelt. Hier haben uns sicherlich auch five und fle-xx beeinflusst, weil sie es geschafft haben, eine wichtige Fähigkeit, in ihrem Fall die Mobilität, in ein Konzept zu packen und fitnesstauglich zu machen. Dasselbe wollten wir mit der Koordination erreichen und arbeiten immer noch daran.

RG: Wozu braucht es euer Gerät, wenn man doch die Koordination auch sehr gut ohne SensoPro trainieren kann?

JU: Es entspricht wohl dem Zeitgeist, dass wir für vieles in unserem Leben eine Aufforderung brauchen. Mit dem SensoPro wollen wir mit den abwechslungsreichen Videoprogrammen zum Koordinationstraining motivieren. Ich glaube, dies ist der entscheidende Punkt. Und dann natürlich die attraktiven Models in den Videos (lacht). Und weil die Entscheider der Fitnesscenter wissen, dass Koordination ein wichtiger Baustein des Trainings ist und dieser Bereich sonst betreuungsintensiv ist. schaffen wir es mittlerweile wohl auch in die Clubs und finden bei Trainern und Kunden Anklang.

KS: Koordination lebt von Variation und einer ständigen Progression. Dies ist aus unserer Sicht für die breite Masse nicht einfach umzusetzen, wenn man wie bisher trainiert. Das Training ist aufwändig und das Trainingserlebnis kommt zu kurz. Darum wollen wir das Training einfach, vielseitig und autonom machen. Selbstverständlich darf auch der Spassfaktor nie fehlen.

RG: Was hat der Name SensoPro für eine Bedeutung?

KS: Der Name leitet sich aus den Wörtern Sensomotorik und Propriozeption her. Somit wird das muskuläre Zusam-

#### SensoPro AG

Erfinderin und Herstellerin des SensoPro – das Koordinationskonzept Direktvertreiberin Schweiz

#### **Eckdaten:**

#### **Unternehmensform:**

Aktiengesellschaft (seit 2017) (2012 – 2017 Sport-Point GmbH)

#### Produkt / USP:

SensoPro – das Koordinationskonzept Entwicklung & Herstellung in der Schweiz

#### Markteintritt:

Schweiz: SFGV Tag Luzern, 2012 International: FIBO Köln, 2013

#### Mitarbeitende:

10 (7 Festangestellte, übrige Stellenprozent auf Freelancer aufgeteilt)

#### Verkaufte Einheiten:

390 Stück

#### International:

Vertriebspartnerschaften: Deutschland, Benelux, Mexiko, Ungarn

#### Standorte:

Bern, Back-office Münsingen, Produktion/Entwicklung

#### Forschung:

BFH (Projektbezogen) HFR, Geriatrie und Rehabilitation

#### Spezielles:

Fernsehauftritt 2016: «die Höhle der Löwen», VOX Fernsehauftritt 2017: «Aeschbacher», SRF menspiel, also die intermuskuläre Koordination, zwischen den verschiedenen Muskelketten angesprochen. Senso steht für die gezielte Ansteuerung und Kontrolle von vielseitigen Bewegungen. Pro für die effiziente Verarbeitung von visuellen, taktilen, vestibulären und anderen Reizen.

RG: In meiner damaligen Funktion als Geschäftsführer einer Fitnesskette habe ich 2013 von euch einen Werbebrief erhalten und anschliessend einen Anruf. Ich habe damals nicht daran geglaubt, dass ein neues Koordinationsgerät von Berner Studenten etwas taugen würde. Ihr habt nicht mal einen Termin von mir bekommen. Wieviel Skepsis musstet ihr zu Beginn erfahren und was verhalf euch schlussendlich zum Durchbruch?

JU: Viel! Aber das ist doch normal. Gleichzeitig bekamen wir aber immer gute Feedbacks, sobald es die Leute testen konnten. Dies hat geholfen, den Verkaufsalltag mit anderen Augen zu sehen. Wir waren uns immer sicher, dass das Produkt gut ist und dass wir einfach noch sehr viel Arbeit vor uns hatten.

FK: Ganz ehrlich, es war ja auch verständlich, dass wir von dir damals noch keinen Termin gekriegt haben. Wir hatten von Vertrieb überhaupt gar keine Ahnung und mussten entsprechend unten durch. Sehr bald merkten wir aber, dass Kaspar für den Verkauf zu gebrauchen ist und er hat wahnsinnig viel dazugelernt.

RG: Ihr wart 2013 für den FIBO Innovation Award nominiert. Ihr hattet Auftritte in den Fernsehsendungen "Höhle der Löwen" und "Aeschbacher". Hat sich nach diesen medialen Auftritten die Skepsis gelegt oder erfährt ihr heute noch Vorurteile?

JU: Die Medienauftritte haben uns definitiv weitergebracht und wir bekamen stets fast nur gute Rückmeldungen. Die Bekanntheit der Marke konnten wir definitiv steigern und wir spüren eine bessere Akzeptanz. Mit Vorurteilen müssen wir eigentlich selten kämpfen, eine gewisse Skepsis gibt es aber natürlich immer wieder. Als Schwei-

zer Produkt hören wir grundsätzlich einmal etwas: Wir seien teuer! Dieses Klischee hören wir häufig.

KS: Und natürlich haben wir durch die Auftritte gelernt, unsere Idee in wenigen Sätzen auf den Punkt zu bringen. Zugegebenermassen fällt gerade mir dies nicht immer ganz einfach.

RG: Was sind eure kurzfristigen Ziele mit SensoPro?

FK: Natürlich möchten wir das Angefangene in der Schweiz stabilisieren und möglichst viele Menschen erreichen. Wir sind überzeugt, dass viele da draussen von Koordinationstraining profitieren können. Aktuell arbeiten wir daran, die Video Kits an das Internet anzubinden. Dieser Prozess wird uns eine Zeit intensiv beschäftigen. Ebenso ist uns wichtig, den Partnern auch in Zukunft regelmässig Videoupdates liefern zu können.

JU: Wir werden immer wieder gefragt, ob der SensoPro auch ein Feedback an den Kunden gibt. Zurzeit noch nicht, aber vielleicht gibt es in diese Richtung bald etwas Neues. ;) In der Schweiz haben wir in der französischen und italienischen Sprachregion noch Potenzial und suchen hier gerade noch gute Vertriebsleute.

RG: Was sind eure mittel- und langfristigen Ziele? Ist eine Internationalisierung ein Thema?

JU: Mittelfristig ist der Schweizer Markt sicherlich im Mittelpunkt. Wir sind aber daran, mehr und mehr Energie in neue Märkte zu stecken. Es braucht Zeit und schlussendlich auch das nötige Kleingeld, um neue Länder zu erschliessen.

FK: Langfristig wollen wir als Marke für das Koordinationstraining im Training und der Therapie wahrgenommen werden und besonders für eine hohe Kompetenz und Qualität stehen.

KS: Wenn wir noch etwas weiter vorausschauen ist es natürlich unsere Vision, dass jede Physiotherapie, jedes Fitnesscenter, jede Klinik und alle Sportteams auf dem SensoPro trainieren. Vor kurzem konnten wir im Schneider Gesundheitstraining zum ersten Mal von Beginn an vier Geräte aufstellen. Das motiviert natürlich ungemein. Wir wollen nicht das zusätzliche Gerät in der Ecke sein, sondern ein etablierter Teil des Konzepts von jedem Studio und Center werden.

RG: Inzwischen habt ihr etwas mehr als 390 Geräte verkauft und seid in einigen Ländern vertreten. Eine wirklich unglaubliche Erfolgsstory. Es gibt sicher viele Gründe für diesen Erfolg. Was sind aber aus eurer Sicht die Hauptgründe dafür?

FK: An erster Stelle sicher das Produkt, welches uns viele Türe geöffnet hat. Viele Menschen erkennen den SensoPro als Lösung für das Koordinationstraining — das hilft ungemein. Aber am Ende ist es enorm viel Arbeit von unserem Team und dieses funktioniert fantastisch. Dass wir jeden Morgen gerne ins Büro fahren und Freude am Projekt haben und den Karren in die gleiche Richtung ziehen wollen, ist der Schlüssel.

JU: Eigentlich passt alles, wir haben motivierte Menschen an Bord und ein Produkt, welches bei vielen eine Reaktion auslöst und Trainierenden aus den verschiedensten Bereichen gefällt.

KS: In unserem Team bringen wir unterschiedliche Stärken und Leiden-

schaften in die Firma ein. So glaube ich, dass viele hartnäckige und nervenauftreibende Diskussionen zwischen uns das Produkt permanent in eine positive Richtung entwickelt haben.

RG: Wer sind eure Kunden, sind es hauptsächlich die Fitnesscenter?

KS: Momentan überwiegen die Fitnesscenter, vor allem in den ersten Jahren hatten wir aber auch sehr viele Physiotherapien. Daneben haben wir auch Kunden im Spitzensport, in Kliniken oder gar im Altersheim.

RG: Ihr habt ein tolles innovatives Produkt erfunden und damit das Koordinationstraining auf ein neues Level gebracht. Wie schützt ihr euch vor Nachahmern und was passiert, wenn andere auf diese Schiene aufspringen?

JU: Eine Kopie fürchten wir eigentlich nicht. Wir versuchen, mit unserem technischen und trainingswissenschaftlichen Knowhow einen Wissensvorsprung gegenüber der Konkurrenz zu haben und die Latte hoch zu setzen. Viele Beispiele haben in der Vergangenheit aber auch gezeigt, dass die Konkurrenz das Geschäft belebt. Wir schlafen nachts noch immer ruhig.

RG: Der SensoPro ist «Made in Switzerland". Ihr lasst euer Gerät komplett in der Schweiz produzieren. Würde es

sich nicht lohnen die Produktion auszulagern, dadurch das Produkt günstiger zu verkaufen und so die Verkäufe anzukurbeln?

FK: Aktuell ist das kein Thema. Wir glauben trotz den bekannten Problemen an den Produktionsstandort Schweiz und sind stolz, bei uns im Kanton Bern den SensoPro herzustellen. Schliesslich sehen wir dadurch jedes Gerät und können bis zum Zeitpunkt der Installation die Qualität kontrollieren. Dies ist uns sehr wichtig. Zudem ist der Swissness Faktor gerade auch im Ausland ein grosses Plus.

RG: Sind weitere neue Produkte von euch geplant oder konzentriert ihr euch auf die Weiterentwicklung von SensoPro?

JU: Wir tüfteln an neuen Ideen und haben auch verschiedene Prototypen. Wann und ob eine der Ideen auf den Markt kommt, können wir aber nicht sagen. Die aktuelle Version beschäftigt uns momentan noch und wir können uns nicht über fehlende Arbeit beklagen.

RG: Man merkt bei euch wirklich noch den Spirit der Erfinder und Jungunternehmer. Auch fällt mir auf, dass es bei euch keinen CEO gibt. Entscheidet ihr alles im Team oder wer ist bei euch der Chef?





FK: Wir leben eine sehr flache Hierarchie. Als AG haben wir einen Verwaltungsrat und dieser gibt die Strategie vor. Operativ sind wir vier Personen in der Geschäftsleitung, neben uns dreien ist da noch Stefan Glauser. Jeder trägt die Verantwortung für seine Abteilungen und wenn es hart auf hart kommt, entscheidet der Verantwortliche. Schlussendlich ist aber Jan unser nomineller Geschäftsführer und hat den besten Gesamtüberblick.

RG: Es fällt auf, dass ihr viel anders macht als die grossen Hersteller und immer wieder versucht, neue Wege zu gehen. Was steckt dahinter?

JU: Mit Stefan Glauser haben wir ein Marketinggenie in unseren Reihen. Er ergänzt uns mit seiner Kreativität und setzt viele Ideen um. Stefan hat uns immer wieder aufgezeigt, dass wir auf dem klassischen Weg gegen die Grossen langfristig keine Chance haben und immer die zweite Geige spielen werden. Mit ihnen können wir uns schlicht nicht messen. Wir müssen anders sein, ohne jemals die Authentizität zu verlieren. Deshalb suchen wir nach Ansätzen, die zu uns Menschen und zum Produkt passen.

RG: Dies habt ihr aktuell in eurem neusten Werbefilm umgesetzt. Erzählt uns doch, was der Plan war und was ihr erreichen wollt?

JU: Wir sind ein Schweizer Unternehmen und nehmen uns selbst nicht

allzu ernst. Beides wollen wir auf eine humorvolle Art in unsere Kommunikation einfliessen lassen. Mit dieser Kampagne möchten wir aufzeigen, dass der Bergbauer ebenso an seiner Koordination arbeiten muss wie der Eishockeyprofi unten in der Stadt. Diese Botschaft von «Meine Geschichte. Mein Training.» versuchen wir bildlich und unterhaltend transportieren. Mal schauen, wie es bei den Leuten ankommt.

RG: Seid ihr drei auch privat befreundet oder geht da jeder seinen eigenen Weg?

KS: Natürlich mögen wir uns alle auch privat sehr gut. Dass wir als Freunde ein Unternehmen aufbauen konnten und es nun auch als Geschäftspartner funktioniert, ist wirklich cool. Privat hat aber jeder schon auch seine Zeit mit der Partnerin und Jan hat ja auch noch drei Kinder, die ihm viel abfor-

dern. Manchmal darf ich, oder besser meine Freundin, diese auch hüten. Es kann aber durchaus vorkommen, dass wir uns auch mal ein ganzes Wochenende nicht sehen.

RG: Ihr habt zu Beginn bestimmt auch Ratschläge erhalten. Wenn euch jemand fragen würde, welchen Tipp ihr beim Aufbau eines Unternehmens hättet, zu was würdet ihr raten?

FK: Damit tue ich mich immer schwer, da wir uns selber noch am Anfang sehen. Wozu ich aber raten kann, ist, immer positiv zu bleiben und die Chancen zu sehen, nicht die Hindernisse. Auf uns hat niemand gewartet, wir glaubten an das Produkt und haben auch nach Rückschlägen weitergemacht.

KS: Ich erinnere mich gerne an das Zitat «start before you are ready». Ich glaube nicht an den perfekten Zeitpunkt und wenn wir gewartet hätten, bis das Produkt komplett ausgereift ist, wären wir wohl bis heute nicht auf dem Markt. Aktiv sein und möglichst viele Türen öffnen ist meine Devise.

JU: Für mich ist das Team das Entscheidende. Niemand von uns hätte das alleine geschafft und die Heterogenität finde ich enorm wichtig. Man muss wissen, was man nicht kann und dementsprechend das Team zusammenstellen und Kompetenzen abgeben können.

RG: Ganz herzlichen Dank und nochmals Gratulation!







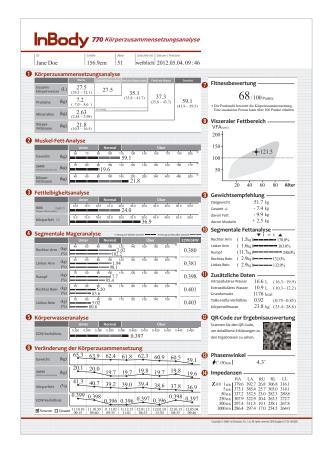


Präzise Körper-Analyse in nur 1 Minute

Trainingserfolge werden sichtbar

**Professionelles Coaching** aufgrund übersichtlicher Testauswertung

## **Beispiel Testauswertung:**





exklusiver Vertriebspartner für die ganze Schweiz Grindelstrasse 12 | 8303 Bassersdorf Tel. +41 44 500 31 80 | mail@best4health.ch www.best4health.ch

# Fun im Fitnessstudio mit dem FITNESS GLADIATOR

Sie kennen Ninja Warrior? Dann wissen Sie, welche riesige Anziehungskraft der Hindernisparcours hat. Mit FITNESS GLADIATOR integrieren Sie den Ninja-TV-Trend in Ihre Anlage und schaffen neues Umsatzpotenzial. Garantiert!



Der FITNESS GLADIATOR Parcours ist ein Erfolgsgarant. Er bringt den Ninja-TV-Show-Trend direkt in Ihr Fitness-Studio.

Der komplett modulare Parcours für In- und Outdoor spricht Zielgruppen an, die Spass und Fitness kombinieren möchten. Es vereint Spass, Entertainment und Bewegung und gibt dem klassischen Training ein neues Selbstverständnis. Millionen Menschen weltweit, von jung bis alt, stürmen die Hindernisparcours wie Ninja Warrior, aber auch Hindernisläufe wie Tough Mudder, Spartan Race oder den Mudiator, um ihre sportlichen Fähigkeiten zu testen und um richtig Spass zu haben.

Aus diesem Grund wurde das FITNESS GLADIATOR-Konzept entwickelt, mit dem diese Zielgruppe bestens bedient wird. Die modulare Aufbauweise des FITNESS GLADIATORS ermöglicht eine hohe Flexibilität und Individualisierbarkeit. Der Hindernisparcours wird auf Platz-, Trainings- und Zielgruppenanforderungen massgeschneidert und bietet eine hohe Flächenrentabilität. Vom Stand-Alone-Konzept bis hin zur Kleinstlösung im Functional-Bereich ist alles möglich. Der Parcours wurde so gestaltet, dass dort ebenfalls klassisches funktionelles Training abgehalten werden kann.

Je nach Zielgruppe können beim FIT-NESS GLADIATOR Hindernisse ergänzt, entfernt, die Abstände verändert und einfachere Möglichkeiten gewählt werden, um das jeweilige Hindernis zu überwinden.

Um das Erlebnis rund um den FITNESS GLADIATOR für die Mitglieder zu maximieren, kann er zusätzlich mit Lichtund Beschallungstechnik ausgestattet werden. Ausserdem steht ein umfangreiches Marketingpaket zur Verfügung.

## FITNESS GLADIATOR – Die Benefits Ihres Hindernisparcours:

- + Höhere Rentabilität für Ihre Anlage durch neue Einnahmemöglichkeiten
- Neue Zielgruppen
- Neue Trainingsimpulse bei bestehenden Mitgliedern
- Abgrenzung von der Konkurrenz
- Höhere Reichweite als Mainstream Fitness-Angebote

#### Das Original bietet Ihnen Folgendes:

- + Effiziente Bauweise inkl. Fall-schutz
- Gesamtkonzept entsprechend der DIN-Norm
- Sowohl für Anfänger als auch für Professionals schnell und einfach konfigurierbar
- Über 20 verschiedene Hindernisse, von Salmon Ladder bis Warped
  Wall
- bestehende Community mit DEN Ninja Warrior Germany Stars
- umfangreiches Vermarktungskonzept inkl. Marketing- und Technikpaket
- Netzwerk aus professionellen Partnern
- umfangreiche Schulung
- + mobile Lösungen möglich

Ihr persönlicher Fitness Gladiator-Parcours wartet auf Sie!

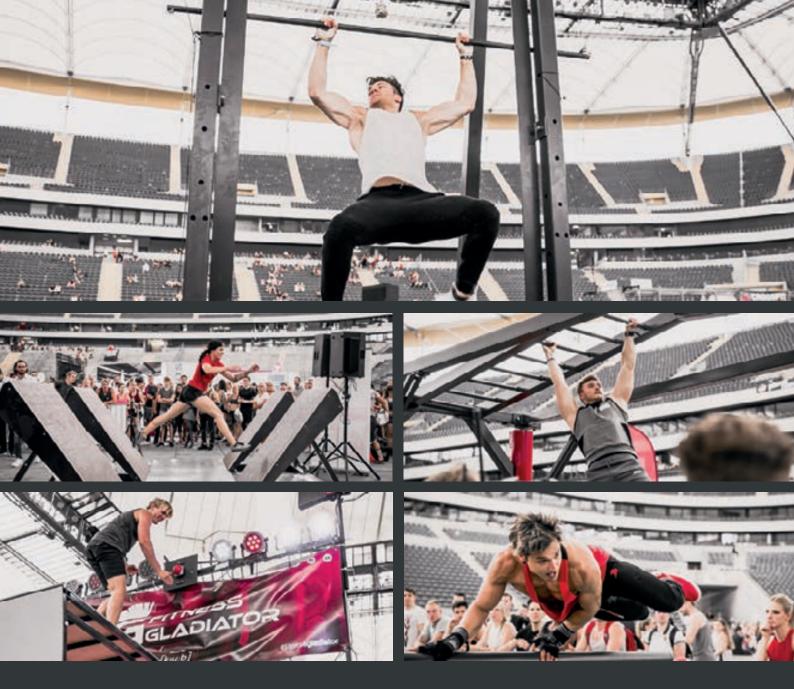
Holen Sie Ihren individuell und massgeschneiderten Parcours für Ihre Anlage.

- Modularer Aufbau
- Grösse variabel vom Stand-Alone bis zur Kleinstlösung
- · In- und Outdoor Lösung möglich
- Massgeschneidert für Ihre Trainingsflächen- und Zielgruppenanforderungen

Haben Sie Interesse an einem Fitness Gladiator-Parcours? Senden Sie uns eine Anfrage per Mail an:

info@fitnessgladiator.ch







# DER NINJA TV-SHOW TREND. JETZT IN IHREM STUDIO.

Der FITNESS GLADIATOR vereint Kraft, Ausdauer, Beweglichkeit und Koordination mit riesigem Spaßfaktor. Der Hindernis-Parcours wird auf Platz-, Trainings- und Zielgruppenanforderungen maßgeschneidert und bietet eine hohe Flächenrentabilität. Vom Stand-Alone bis zur Kleinstlösung.

Anfragen per Mail an info@fitnessgladiator.ch

# Die Ischios – als Muskel eine Diva!

Karin Albrecht, star - school for training and recreation, Schweiz Modell: Sergej Aschwanden / Illu: Heidi Fleig



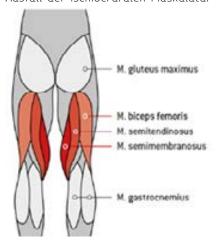
Die rückwärtige Oberschenkelmuskulatur beschäftigt mich seit ewigen Zeiten, seit meiner Tanzausbildung vor über 30 Jahren.

Ob Tänzer, Läufer, Fussballer usw., die Verletzungshäufigkeit ist auffällig, langwierig, oft frustrierend.

Die rückwärtige Oberschenkelmuskulatur scheint in ihrer Funktion einerseits eine grosse Bedeutung zu haben, andererseits kann sich, speziell über Hüftgelenk/Becken, häufig eine Abschwächung einstellen. In der funktionellen Kette; M. gluteus maximus / Ischios (M.Bizeps femoris, M. semitendinosus, M. semimebranosus) / M. Gastrocnemius, kann die Aufgabe der Ischios leicht kompensiert werden.

Die Funktion der Ischios ist die Hüftstreckung und die Kniebeugung. Die unterschiedlichen Anteile der Ischios haben im gebeugten Knie auch eine Innen- wie Aussen-Rotationsfunktion.

Zitat Muskelbuch; Valerius et al: "Ein Ausfall der ischiocruralen Muskulatur



wirkt sich kaum auf alltägliche Funktionen wie Gehen, Aufstehen und Treppensteigen aus, wenn der M. gluteus maximus den Ausfall kompensieren kann. Im Kniegelenk kommt es jedoch zu einer Überstreckung."

Die Frage, worin der Schlüssel für Verletzungsprophylaxe liege, -sei es Kräftigung oder Beweglichkeit – ist nicht beantwortet. In der momentanen Diskussion wird zusätzlich der exzentrischen Kraft eine grosse Rolle zugewie-

Was mir als Trainerin auffällt ist, dass bei den meisten Ischio-Dehnungen am Ischias-Nerv gezogen wird, sich bei diesen Ausführungen Ursprung und Ansatz der Ischios nicht entfernen. Der Ischiasnerv kann in eine Dehnung integriert werden, wenn jedoch ein solcher "Dehnschmerz" die Entfernung



Zug am Ischiasnerv

von Ursprung und Ansatz verhindert, dann ist das schade, bzw. fast sinnfrei.

Solche Übungen wurden Jahrzehntelang als Dehnung der rückwärtigen Oberschenkelmuskulatur bezeichnet, heute werden diese Ausführungen als Faszien-Dehnung bezeichnet, beides stimmt nicht. Somit kann weder eine Beweglichkeitsverbesserung noch eine Verletzungsprävention bewirkt

Die Studien, die ich lesen konnte, bzw. bei denen ich die untersuchten Übungen sehen konnte, haben immer am Ischiasnerv gezogen und das kann halt nicht funktionieren, weder zur Verbesserung der Beweglichkeit noch zur Verletzungsprävention.

Bei der Kräftigung der Ischios beobachte ich, dass diese überwiegend aus der Ruhelänge in die Konzentrik trainiert werden. Die exzentrische Leistung ist koordinativ und muskulär anspruchsvoll und braucht viel Disziplin. Da ist der Punkt zum Ansetzen, da sind wir im Thema exzentrische Kon-

In der starFachtagung von 17. November 2018 werden die oben besprochenen Punkte behandelt. Ein Schwerpunkt ist die exzentrische Muskelkontraktion, welche nicht nur im Kontext Ischios wertvoll ist, jedoch an den Ischios der Praxistransfer gemacht wird. Es wird auch aufgezeigt, wie die



Zug an den muskelbindegewebigen Strukturen

Ischios präzise gedehnt werden, und wann und wie der Ischiasnerv integriert werden soll.

Weitere Schwerpunkte sind die Themen Muskelsehne / Muskelkater und HIT-Training.

Eine geballte Ladung Wissen, präsentiert von Wissenschaftlern, die in ihren Gebieten geforscht haben und auch Bezug zu Training und Praxis mitbringen.

starFachtagung, 17. November 2018 in Zürich, www.star-education.ch





# **ERFOLG DURCH PRÄZISION**

Für ein erfolgreiches Training, das auf individuellen Leistungsmerkmalen basiert. Egal ob das Ziel Watt, Kalorien, UPM, Herzfrequenz oder Leistung ist, animierte Grafiken und leuchtende Farben am Display sind für Trainer und Trainierende verlässlicher Indikator der Intensität. Unterschiedliche Zielparameter, präzise Leistungsmessung, optimale Ergonomie - die innovativen Indoor Cycles von Matrix motivieren sowohl Anfänger als auch ambitionierte Sportler zu neuen Höchstleistungen.





MATRIX

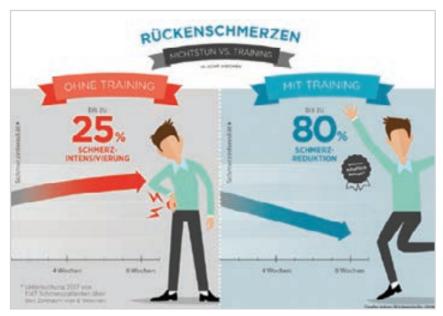


OFFIZIELLER LIZENZPARTNER

www.matrixfitness.eu

# Schmerzfreier Rücken durch Kraft-Ausdauer-Training

Rückenstudie 2018: Aktives Gesundheitstraining im Studio kann nachweislich bei chronischen und akuten Beschwerden im unteren Rückenbereich helfen.



"Bewegung statt Schonung" gilt als Zauberformel bei Schmerzen im unteren Rückenbereich. Wie diese Bewegung nun genau aussehen soll, darüber sind sich Physiotherapeuten, Mediziner und Fitness-Coaches bis heute nicht einig. Neue Erkenntnisse gibt jetzt die bisher grösste Rückenstudie ihrer Art: Unter der wissenschaftlichen Leitung des Kölner Physiologen Prof. Dr. Klaus Baum und mit der Unterstützung des Physio Aktiv Netzwerkes sowie der milon Trainingstechnologie wurden bei 1'147 Testpersonen die Wirkung von Kraft-Ausdauer-Training auf die Behandlung des unteren Rückenbereichs und ihre Auswirkungen auf Schmerzreduktion und Verbesserung der Lebensqualität untersucht. Bereits nach einem achtwöchigen Gesundheits-Bewegungsprogramm, bei dem auf einem milon Kraft-Ausdauer-Zirkelsystem trainiert wurde, konnte bei den Probanden eine deutliche Schmerzreduktion von bis zu 80 Prozent wissenschaftlich belegt werden.

"Menschen, die ohnehin schon unter mangelnder Bewegung leiden, sollten ihrem Rücken keine zusätzliche Ruhe- oder Liegepause gönnen, sondern aktiv trainieren", erläutert Studien- und Institutsleiter Prof. Dr. Klaus Baum. "Die Ergebnisse unserer Studie zeigen deutlich, dass sowohl bei akuten als auch chronischen Schmerzen im unteren Rückenbereich ein gezielter Muskelaufbau durch Geräte-Training nicht nur die Kraft steigert, sondern gleichzeitig die Wirbelsäule entlastet und stabilisiert. Zusätzlich lösen sich Verspannungen, die Beweglichkeit nimmt zu und damit auch die Lebensqualität."

Nahezu jeder dritte Erwachsene in Deutschland leidet häufig oder ständig an Rückenbeschwerden. Systematisches Studiotraining mit professioneller Trainer- oder Physiotherapeuten-Betreuung kann helfen: Gleich, ob das Trainingsmotiv präventiv geprägt ist und die Körperhaltung stärken soll oder eine Therapie zur Schmerzlinderung eingeschlagen wird, gerade das vielseitige, digital unterstützte und fein justierbare milon Zirkelsystem

unterstützt den Rückenpatienten für spürbare Verbesserungen.

Im Studienzeitraum fand der Praxistest in deutschlandweit 67 Physio Aktiv-Partnereinrichtungen statt, die über ein modernes milon Kraft-Ausdauer-Zirkelsystem verfügen. Für die Studie wurden sechs Kraftgeräte (Ruder, Bankdrücken, Kniestrecker, Kniebeuger, Rückenstrecker und Bauchbeuger), zwei Ausdauergeräte und zwei freie Rotationsübungen mit dem Thera-Band integriert.

"Für sehr viele Partner von milon und Physio Aktiv, für gesundheitsorientierte Trainings- und Physiotherapieeinrichtungen ist es ein wegweisendes Ergebnis, dass professionell betreutes Kraft- und Ausdauertraining mit Gewichten bei chronischen und akuten Beschwerden im unteren Rückenbereich helfen kann", erläutert Nikolai Rolli, Geschäftsführer des milon-Tochterunternehmens Physio Aktiv. "Es bestätigt die Einrichtungen, die auf Bewegung bei Rückenproblemen bereits setzen und zeigt zugleich das Potenzial auf, die Studioangebote noch stärker auf Rückentraining auszurichten. Über Physio Aktiv werden wir im Rahmen einer deutschlandweiten Informationskampagne mit Vorträgen und Diskussionsrunden in vielen Einrichtungen über die Möglichkeiten informieren, wie unsere Partner von den Studioergebnissen profitieren können."



# INLINE Kongress 2018 – Kompromisslos



Am 10./11. November 2018 ist es erneut soweit. Die INLINE Unternehmensberatung veranstaltet eine der grössten europäischen Managementveranstaltung in der Fitness- und Gesundheitsbranche. Der INLINE Kongress bündelt Branchen-Know-how auf hohem Niveau und orientiert sich dabei klar an den Bedürfnissen der Studios.

Im Fokus stehen entscheidende Erfolgsfaktoren und Strategien, wichtige Abgrenzungstools als Wettbewerbsfaktoren, Zielgruppenzentrierte Konzepte und aktuelle Trends. Die populärsten Referenten aus der Speaker-Szene werden dabei sein, so u.a. Jörg Löhr, Dr. Markus Hengstschläger, Achim Sam, Philip Keil, Dieter Lange. Auch die Convention wird inhaltlich nicht nur mit Premieren, sondern auch mit einer grossen Bandbreite an Workshops und Classes überraschen.

Die INLINE Unternehmensberatung organisiert dieses Spitzenevent bei dem Business, Wissenschaft, Sport und Freude miteinander verschmelzen und bietet überzeugende und essenzielle Kongressinhalte an für wirklich jede Mitarbeiterposition in einem modernen Fitnessstudio. So werden auch die Mitarbeiter mitgenommen, motiviert und für ihren Arbeitgeber, das Studio, begeistert. Der INLINE Kongress ist eine ideale Plattform für ein studiointernes Teambuilding in Zeiten flexibler Arbeitsstrukturen und neuer Organisationsformen.

#### Erstmalig in 2018: INLINE Kongress für alle!

Der INLINE Kongress ist erstmalig auch für Interessierte buchbar, die nicht Kunden der INLINE Unternehmensberatung sind.

www.inline-kongress.de



# ticos systems

Alles unter Kontrolle



**B-SMART-LOCK CORONA** 

## **WIR KÖNNEN AUCH**



Ticos Systems AG Güterstrasse 6 CH-8245 Feuerthalen

← +49 (0) 77 31 909 15 80
♣ +49 (0) 77 31 909 15 81

info@ticos-systems.de

Ticos Systems Deutschland GmbH Untere Giesswiesen 15 D-78247 Hilzingen

**\( +49 (0) 77 909 15 80** 

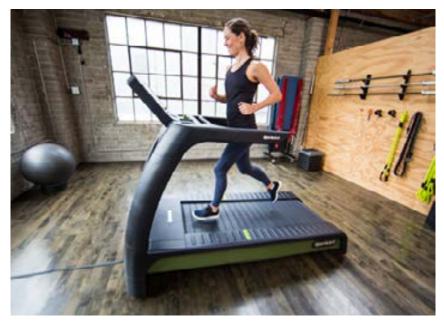
+49 (0) 77 909 15 81

info@ticos-systems.de

# SportsArt Verde – Das erste Energie produzierende Laufband der Welt







Das Laufband ohne Motor und mit Stromrückgewinnung kann direkt am Stromnetz angeschlossen werden. Sobald die Nutzer mit dem Training beginnen, wird über 74% der erzeugten Energie wieder in das Stromnetz eingespeist, um anderweitigen Stromverbrauch innerhalb der Einrichtung auszugleichen.

Das neue, nicht motorisierte und nahezu wartungsfreie VERDE von SportsArt verfügt über einen vollständig eigenen Antrieb und zeichnet sich durch ein schlankes Design aus. Die extrem niedrige Reibung verbunden mit einem flachen Lamellengürtel vermittelt ein bemerkenswertes, natürliches und komfortables Laufgefühl.

Ausgerüstet mit einer elektronischen Geschwindigkeits- und Widerstandskontrolle ermöglicht das VERDE Laufband Lauf-, Jogging-, Renn-, Sprintoder Schlittenschiebefunktionen, die für ein breites Spektrum von Benutzern geeignet sind. Das VERDE ist für Anfänger bis hin zu HIIT Hochleistungs-Sportlern geeignet.

ECO-POWR™ Produkte können in bis zu sechs Einheiten verkettet werden und an einer Standard-Steckdose angeschlossen werden. Zusätzlich wird mit der WELL+™ Software die Attraktivität der ECO-POWR™ Produkte gesteigert. WELL+™ umfasst Energieproduktions-Tracking, Leaderboard, Asset Management und Benutzer-App zum Nachverfolgen individueller Workouts von Einzelpersonen und der produzierten Watt.

Reduzieren Sie noch heute Ihre CO2-Bilanz bei gleichzeitiger Senkung des Stromverbrauchs und verlangen Sie weitere Infos zu ECO-POWR™ Produkten wie Ergometer, Verso 3in1 Crosstrainer, Verde Laufband und Elliptical bei:

Shark Professional Fitness unter Tel. 056 427 43 43 oder Email: m.steinmann@sharkfitness.ch www.sharkprofessional.ch



CHANGE THE WORLD ONE WORKOUT AT A TIME // POWER A MOVEMENT





Die neue Cardio-Linie von SportsArt, bei der inspirierendes Design nicht nur Funktion erfüllt, sondern auch die revolutionäre ECO-POWR™-Technologie umfasst, die menschliche Leistung erfasst und sie in verwertbaren Strom umwandelt. Die ECO-POWR™-Geräte können direkt am Stromnetz angeschlossen werden. Sobald die Nutzer mit dem Training beginnen, wird Energie erzeugt und wieder in das Stromnetz eingespeist, um anderweitigen Stromverbrauch innerhalb der Einrichtung auszugleichen.



## **Shark Professional Fitness**

Landstrasse 129 · 5430 Wettingen Tel: 056 427 43 43 · Fax: 056 426 60 10 E-Mail: info@sharkfitness.ch

# The Shark Fitness Company



www.sharkprofessional.ch

# FIBO USA wird zum Kick-off für EMS-Anbieter



Die weltweit führenden EMS-Anbieter stehen in den Startlöchern, um den grössten Fitnessmarkt der Welt zu erobern: Die FIBO USA wird zum Kick-off für Unternehmen wie miha bodytec, XBody, StimaWELL EMS oder visionbody. Während EMS-Training in Deutschland und Teilen Europas den Sprung aus der Nische geschafft hat, existiert der Markt in den USA praktisch noch gar nicht. Die FIBO USA könnte das nun ändern. Vom 6. bis 8. Dezember feiert sie im Orange County Convention Center in Orlando, Florida, ihre Premiere. Ziel ist es, international operierenden Unternehmen einen wichtigen Ankerpunkt im amerikanischen Markt zu bieten. Insbesondere im EMS-Bereich wird dieses Angebot sehr gerne angenommen.

Auf der FIBO USA stellt miha bodytec zum ersten Mal auf einer Messe in den USA aus. Der Premium-Hersteller mit Sitz im bayerischen Gersthofen ist einer der Vorreiter in der Branche. Als miha bodytec 2007 gegründet wurde, war EMS-Training noch weitgehend unbekannt. Heute wird EMS zunehmend zum Breitensport. Von Deutschland ausgehend möchte miha bodytec EMS-Personal-Training als anerkannte und zukunftsweisende Trainings- und Therapieform global etablieren. Der nächste Schritt: Die USA. "Die FIBO USA 2018 ist gleichzeitig der Start der Vertriebs- und Marketingaktivitäten unserer US-Tochtergesellschaft, die dann ab dem 5. Dezember weitere Vertriebsstützpunkte in Amerika aufbauen wird.", so Jürgen Decker von miha bodytec über die Expansionspläne seines Unternehmens.

Auch XBody präsentiert sich zum ersten Mal im amerikanischen Markt. Das Unternehmen ist heute bereits in 55 Ländern aktiv und mehr als 3000 Studios sind mit XBody Ganzkörper-EMS-Geräten ausgestattet, darunter Studios in Kanada oder Mittelund Südamerika. "Wir freuen uns darauf, unsere Produkte auch auf dem US-Markt einzuführen. Unser Ziel ist es, amerikanischen Fitness-Profis, Personal Trainern, Studiobetreibern und Investoren zu zeigen, warum XBody-Geräte und -Konzepte auf der ganzen Welt so beliebt und erfolgreich sind", so Csaba Nyers, CEO bei XBody.

Den Bekanntheitsgrad steigern und Händler finden, sind für Philipp Akguezel, Sales Director bei StimaWELL EMS, die ausschlaggebenden Punkte: "Mit unserer Teilnahme an der FIBO USA beabsichtigen wir einen oder mehrere Exklusivhändler für unsere StimaWell Geräte für den nordamerikanischen Markt zu finden." Unter die Dachmarke StimaWell fällt unter anderem das StimaWell EMS Ganzkörper-Elektrostimulationsgerät, die StimaWell Relax bzw. MTRS Elektrostimulations-Matte zur Behandlung von Rückenschmerzen und StimaWell FaceTime zur Reduzierung von Gesichtsfalten, ebenfalls basierend auf Strom und Hyaluron. "Natürlich möchten wir uns auf dem amerikanischen Markt mit der Messeteilnahme auch vorstellen und als deutsches Medizintechnikunternehmen bekannt machen", so Akguezel weiter.

#### Marktchancen in den USA

Die Aussichten in der amerikanischen Fitnessbranche Fuss zu fassen sind gut. "Der US-amerikanische EMS-Markt ist noch nahezu unerschlossen. Wir sehen immense Möglichkeiten mit unseren Geräten Made in Germany", so Akguezel von StimaWell EMS. Und auch XBody bewertet die Marktchancen absolut positiv: "Es ist wirklich spannend, ein europäisches Produkt und Trainingsmethode in den USA zu launchen, die zweifellos die Wiege der beliebtesten Fitnesstrends der Welt ist", so Balázs Füzessy, CEO bei XBody. "Wir glauben, dass EMS bald sehr populär auf dem amerikanischen Markt sein wird". Schliesslich sei es kurz, gelenkschonend und effektiv zugleich. Füzessy weiter: "Die Eröffnung eines Studios oder die Integration von EMS in das Portfolio eines bestehenden Fitnessstudios erfordert weniger Zeit und Investitionen als andere Businesses in der Fitnessbranche, so dass wir uns sehr auf den Markteintritt in den USA freuen." Jürgen Decker von miha bodytec hebt hervor, dass in den USA Personal-Training weit verbreitet und die Bevölkerung Neuem gegenüber sehr aufgeschlossen ist. "Das sind optimale Voraussetzungen für die Entwicklung eines EMS Marktes. Dank unserer mehr als 10jährigen Erfahrung im EMS Bereich und den entsprechenden Ressourcen sehen wir für uns dafür gut gerüstet", so Decker.

## Training und Business: FIBO USA gibt Infos rund um EMS

Ergänzend zu den Produktpräsentationen, gilt es EMS als Trainingsform im amerikanischen Markt zu erklären und negativen Assoziationen entgegen zu wirken. Dafür bedarf es der Aufklärung, die in Form von zahlreichen Studien und Erfahrungswerten insbesondere im deutschen Markt vorhanden sind. Auf der FIBO USA werden die EMS-Aussteller im Speakers Forum auf der Messe über die Benefits des Trainings informieren. Zudem werden Studiobetreiber und Gründer ihr Fachwissen weitergeben. Einer von ihnen ist Matthias Lehner von Bodystreet. Lehner gehört zu den Pionieren in Sachen EMS-Studios und ist zusammen mit seiner Frau Emma Begründer des Bodystreet-Konzepts. 2007 gegründet, hat Bodystreet inzwischen über 37'000 Mitglieder. Auf der FIBO USA spricht er im Rahmen des AHFF (American Health & Fitness Forum) über das Franchisesystem Bodystreet und das Erfolgskonzept der Mikrostudios.

www.fibo-usa.com

# Matrix wird mit Plus X Award für höchste Kundenzufriedenheit ausgezeichnet



© Johnson Health Tech. GmbH

Dies ist nicht die erste Auszeichnung, die der Fitnessgerätehersteller Matrix erhält, aber laut Ulfert Böhme eine, über die man sich ganz besonders freut. "Denn was gibt es Besseres als zufriedene Kunden und die Bestätigung, dass der tägliche Einsatz des gesamten Teams so positiv wahrgenommen und honoriert wird", fügt der Geschäftsführer des in Frechen ansässigen Unternehmens hinzu.

Nachdem Matrix im vergangenen Jahr bereits zur "Innovativsten Marke des

Jahres 2017" sowie zur "Besten Fitnessgerätemarke des Jahres 2017" durch den Plus X Award ernannt wurde, darf man sich nun zu den Unternehmen zählen, die laut einer bundesweiten Umfrage des Deutschen Instituts für Produkt- und Marktbewertung aus Sicht der Verbraucher "ihre Versprechen halten, qualitativ hochwertige Produkte sowie einen guten Service bieten" und damit die Auszeichnung für die höchste Kundenzufriedenheit verdienen.

## Smartsleep setzt neue Massstäbe



Ein Drittel ihrer Lebenszeit verbringen die Menschen durchschnittlich mit Schlafen. Mit seiner Erfindung möchte

Dr. Markus Dworak einen Beitrag zu einem besseren Schlaf leisten. Der Harvard-Absolvent und Schlafforscher tüftelte 14 Jahre an der Formel für eine Nährstoffkombination, die die natürlichen Erholungsprozesse während des Schlafs beschleunigt und optimiert. Das Ergebnis ist "Smartsleep": Eine Kombination aus Vitaminen, Mineralstoffen, Aminosäuren und Kreatin. Im Gegensatz zu anderen Mitteln, die beim Einschlafen helfen sollen, will "Smartsleep" die Regeneration im Tiefschlaf verbessern. Gründer Dr. Markus Dworak stellt in "Die Höhle der Löwen" sein Produkt "Smartsleep" vor. Die "Löwen" sind so überzeugt, dass sie erstmal unter sich beraten: Heraus kommen drei Angebote, alle fünf Investoren wollen einsteigen. Schlussendlich geht der bisher höchste Deal an Carsten Maschmeyer und Ralf Dümmel.



CH-6345 Neuheim +41 41 756 00 10 www.freshcompany.ch info@freshcompany.ch

# **FITNESS TRIBUNE**

# Netzwerktreffen an der FitnessEXPO in Basel



Samstag 17. November 2018, 10.30 bis 15.30 Uhr an der FitnessEXPO in Basel

# **Top-Referent und Roundtables**

inklusive Eintritt an die FitnessEXPO und Mittagslunch

Das FITNESS TRIBUNE Netzwerktreffen wird präsentiert von







Porsche Zentrum Zürich





## Netzwerktreffen an der FitnessEXPO in Basel im neuen Restaurant der umgebauten St. Jakobshalle

Gute Business-Beziehungen sind entscheidend für den Erfolg, sie öffnen Türen für Unternehmen, natürlich auch in der Fitness- und Gesundheitsbranche.

Erweitern Sie Ihr Netzwerk, lernen

Sie die wichtigen Entscheider der Branche kennen und nutzen Sie den FITNESS TRIBUNE Anlass für Ihren Business-Erfolg!

Rund 100 bis 120 hochkarätige Führungskräfte aus der Fitness-,

Wellness- und Gesundheitsbranche nehmen exklusiv am Netzwerktreffen der FITNESS TRIBUNE teil. Es werden Opinion Leaders von Einzelstudios, den Fitnessketten, der Fitness-Industrie und den Verbänden anwesend sein.



Als neutrales Fachmagazin gelingt es der FITNESS TRIBUNE die ganze Branche zusammen zu bringen! Der Anlass wird bewusst durch Tags durchgeführt. Dadurch wird eine grosse Beteiligung garantiert. Die Teilnehmerzahl ist auf maximal 120 Personen beschränkt. Die Teilnehmer kommen mehrheitlich aus der Schweiz. Es werden aber auch Gäste aus Deutschland und Österreich erwartet. Alle Teilnehmer erhalten einen Gratis-Eintritt für die FitnessEXPO.

# Die Zukunft der Fitnessbranche! **Andreas Bredenkamp**

Sportwissenschaftler, Erfolgsredner, Autor des Fitness-Klassikers "Erfolgreich trainieren"

Powered by: (e) (f)











## **Programm**

- Referat Andreas Bredenkamp
- Feines Mittagessen
- Roundtables mit hochkarätigen Gästen
- Ehrung: Unternehmer des Jahres
- Viel Zeit für Networking

Das Netzwerktreffen der FITNESS TRIBUNE ist kein öffentlicher Anlass. Der Eintritt erfolgt über eine persönliche Einladung. Sie möchten unbedingt am Netzwerktreffen der FITNESS TRIBUNE dabei sein, haben Fragen oder wünschen mehr Infos? Sie erreichen uns unter:

#### **FITNESS TRIBUNE**

Fitness-Experte AG, Roger Gestach Blumenhalde 10, CH-6010 Kriens +41 41 320 16 16 info@fitnesstribune.com

# Warum Sie als Fitnesscenter-Betreiber unbedingt an die FitnessEXPO in Basel gehen sollten!



Von Roger Gestach

Ich hatte in den letzten Wochen sehr viele Gespräche mit Betreibern von Fitnesscentern in der Schweiz. Und sehr oft, wenn ich das Thema FitnessExpo in Basel ansprach, waren die Reaktion des Gegenübers wie folgt: "Ich gehe nicht an diese Messe nach Basel, hier hat es nur junge Leute und es ist eine reine Messe für Endverbraucher!".

Liebe Unternehmer, solche Aussagen verstehe ich nicht! Als Unternehmer sollte ich doch folgende zwei Ziele haben: Gewinn erwirtschaften und meine Firma stetig weiter entwickeln! Beides gehört zusammen. Ich erziele sicher langfristig keinen Gewinn, wenn ich in zehn Jahren immer noch das Gleiche mache wie heute, sondern die ständige Weiterentwicklung ist für eine Unternehmung entscheidend. Stillstand ist der Tod, siehe Beispiel Nokia! Die Finnen haben zuerst den iPhone- und dann den Android-Boom verschlafen und mussten dann vom Weltmarktführer innert drei Jahren in Not verkauft werden, um den Konkurs noch abzuwenden. 90 Prozent der Mitarbeitenden wurden damals entlassen. Oder schauen Sie sich das Bespiel in der Automobilbranche an: Gewisse Hersteller haben den Elektroboom völlig unterschätzt und wurden von Tesla auf dem falschen Fuss erwischt. Es geht sehr lange bis man eine neue Firma solide und gut aufgebaut hat. Es kann aber sehr schnell gehen, eine Firma abzubauen!

Aber wie entwickle ich meine Firma ständig weiter? In dem ich mich permanent weiterbilde und mich orientiere, was im Markt läuft. Es sollte doch deshalb für einen Unternehmer nichts Spannenderes geben als zu schauen, für was sich meine Kundschaft aktuell interessiert und was bei meiner Kundschaft zurzeit im Trend liegt. Sie müssen dabei nicht selber zum Crossfitter oder Influencer werden. Auch würde ich Ihnen nicht empfehlen, in Ihrem Studio jeden neusten Trend sofort mitzumachen. Aber sich orientieren, was es Neues gibt, ist aus meiner Sicht Pflicht für jeden Unternehmer.

"Stopp", werden jetzt einige von Ihnen sagen, "mich interessieren die jungen Fitness-Freaks nicht. Ich bin mit meinem Center anderes positioniert und ich habe eine ältere Kundschaft, die bei mir trainiert und die Jungen überlasse ich den Discountern und Ketten." Dies mag wohl richtig sein für Ihre heutige Positionierung. Auch ist dies für ein Einzelstudio sicherlich eine gute Strategie in der heutigen Zeit. Aber bedenken Sie, dass ein heute 29-jähriger Mann in elf Jahren bereits 40 Jahre ist. Und Ihr heute 59-jähriger Fitnesskunde ist in elf Jahren bereits 70! Also einfach zu sagen "Was die Jungen heute machen interessiert mich nicht" kann für die Zukunft

fatale Folgen haben. Vielleicht sind Sie dann irgendwann plötzlich weg vom Fenster!

Auch wenn Sie sagen "Ich möchte mein Center genau gegenteilig positionieren, wie es die Ketten und Discounter machen, ich möchte die jungen Fitness-Freaks nicht ansprechen", auch dann sollten Sie unbedingt nach Basel kommen. Denn, um sich gegenteilig zu positionieren, sollte man vorher genau schauen, was mein Gegenteil überhaupt macht. Und jeder Betreiber, der in seinem Center Gruppenkurse anbietet, muss auch nach Basel. Dann wissen Sie nämlich, welche Kurse aktuell gefragt sind und die Massen begeistert.

Übrigens update Fitness wie auch basefit.ch haben an der FitnessEXPO in Basel einen Stand. Anscheinend wissen diese beiden Unternehmungen um die Wichtigkeit einer solchen Veranstaltung.

Noch ein Grund mehr zur FitnessEXPO nach Basel zu kommen, ist das Netzwerktreffen der FITNESS TRIBUNE. Am Samstag, den 17. November 2018 von 10.30 Uhr bis 15.30 Uhr treffen sich 100 bis 120 hochkarätige Führungskräfte der Fitness-, Wellness- und Gesundheitsbranche. Ein spannender Vortrag mit Andreas Bredenkamp, ein feines Mittagessen, Roundtables, die Ehrung der Unternehmer des Jahres und viel Zeit für Networking runden die Veranstaltung ab. Und das Beste: Als Gast der FITNESS TRIBUNE erhalten Sie einen kostenlosen Eintritt zur Messe.

Das Netzwerktreffen ist kein öffentlicher Anlass und der Eintritt erfolgt über eine persönliche Einladung. Solten Sie in den nächsten Tagen keine persönliche Einladung erhalten, aber trotzdem sehr gerne dabei sein, dann schreiben Sie mir ein Email an:

info@fitnesstribune.com





# MILON Q

TRAINING WITH A SMILE

CONNECTED



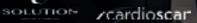
CTS PARTNERNETZWERK



MATRIX Time InBody Palar







suisse@milon.com

Tel.: +41 (0) 79 173 10 24 www.milon.ch | www.milon.de | www.milon.at

# Exzentrisches Training



Letztes Mal haben wir das Thema Epigenetik angeschaut und festgestellt, dass das Verrichten von Arbeit, wie wöchentlich dreimal Joggen, leider den Körper nicht positiv verändert, denn wie alle Trainer gelernt haben, braucht es einen überschwelligen Reiz. Dies allein reicht auch noch nicht aus, denn es braucht noch das bekannte Modell der Superkompensation, um den Körper positiv über eine längere Zeit zu stimulieren, damit er sich nachhaltig weiter verändert. Dies würde schlussendlich dann auch dem formulierten Ziel unserer Kunden entsprechen. Mehr Muskeln, weniger Fett, Bauch weg, straffere Haut, keine Cellulite etc. sind die Hauptziele, warum Menschen trainieren und nicht Gesundheit und Schmerzfreiheit. Diese hinken weit hinterher. Also handelt es sich in erster Linie um sexuelle Attraktivität – Punkt! Auch wenn dies keiner so nennt.

Also muss ein Training in erster Linie nur eines, nämlich anabole Hormonausschüttungen provozieren, denn die sind genau für diese Wunschziele verantwortlich. Dabei ganz vorneweg: Testosteron! Zählen Sie keine Schritte, Kalorien und Bewegungen, sondern messen Sie lieber immer wieder das bioverfügbare Testosteron im Blut und das Cortisol (Stresshormon). Diese sind nämlich viel mehr für Ihre Wunschziele verantwortlich. Denn die Resultate kommen ja bekanntlich nicht im Training, sondern in der Regenerationsphase.

Das Ah und Oh im Training ist Reizdichte (Komprimierte Intensität pro Zeiteinheit). Genau hier liegt die Krux: Ist der Körper nicht geschockt beim Training, dann deklariert er dies als Arbeit (Bewegung). Jeder Trainer erklärt seinen Kunden, dass das Gewicht, der Widerstand, die Intensität im Training erhöht werden müssen, um Resultate zu erreichen. Gehen wir aber die Trainingspläne dieser Kunden durch, stellen wir fest, dass schon nach kürzester Zeit fast alle stagnieren und über Jahre die gleiche Arbeit

verrichten mit demselben Widerstand, der den Körper, wenn es gut kommt, weniger schnell degenerieren lässt oder ein paar zusätzlich lächerliche Kalorien verbrennen lässt. Sofern Sie nicht schon nach ein paar Wochen abbrechen, weil es Ihnen zu anstrengend wird. Diese Bewegungstherapie ist zwar gesund für das Immunsystem aber weitentfernt von einem notwendigen Training, um die definierten Ziele der Kunden zu erreichen, wie das Abnehmen, das Muskeln Aufbauen, das Bindegewebe Straffen.

### Problem Nummer Nr. 1

Wir sind immer noch Höhlenbewohner. Die Natur des Körpers sagt dem Menschen, in dem er Schmerzen beim HIIT Training empfindet und sich richtig schlecht fühlt: Tu das nicht, denn es verbrennt zu viele Kalorien! Dies ist oder war gefährlich in der freien Wildbahn. Doch seit es Lidl, Aldi und den Kühlschrank gibt, sieht es natürlich ganz anders aus.

#### **Problem Nummer Nr. 2**

In der freien Natur hatten wir fast immer Adrenalin-Ausschüttungen bei hochintensiven Belastungen, die unsere Schmerzen reduzierten und den Körper schützten. Grund: Kampf, Flucht, Verteidigung, Überlebensnotlagen.

#### **Problem Nummer Nr. 3**

In der freien Natur haben wir eine natürliche Limitierung für konzentrische Leistungen. Doch unter Todesangst können wir diese Limitierung aufheben und unglaubliche Reserven freisetzen, ohne dass der Körper Schaden nimmt. Das heisst, wir bleiben ohne Todesangst konzentrisch immer unterschwellig, also weit weg von unserer muskulären Kapazität oder Super-Kompensationsmöglichkeiten.

#### Problem Nummer Nr. 4

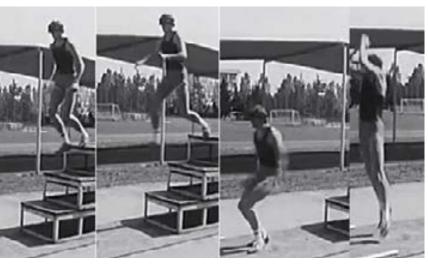
Wir trainieren hauptsächlich an Geräten für konzentrisches Training. Dies



Berny Huber

Seit 25 selbständiger Unternehmer in der Fitnessbranche, Experte für HIIT Training

www.fit3.ch / www.reacttrainer.ch



ist ein entscheidender Fehler, denn der Mensch ist in der Lage viel höhere Belastungen abbremsend zu ertragen, als er selber konzentrisch zu produzieren vermag; auch ohne Todesangst. Beispiel: Eine durchschnittliche Hausfrau drückt an der Beinpresse 70 Kilogramm und kann beim besten Willen nicht mehr Gewicht bewegen. Doch wenn sie von der Tischplatte runter springt auf eine Druckmessplatte oder Waage, bremst sie locker eine halbe Tonne ab. Dass dies auf ihre Muskeln, Knochen, Sehnen und Bänder einen ganz anderen Einfluss hat, liegt rein physikalisch auf der Hand.

#### **Exzentrisches Training im Spitzensport**

Dass exzentrisches Training erfolgreich ist, wissen wir spätestens seit Jean Pierre Egger mit Werner Günthör (zwei Meter gross, 130 Kilogramm schwer, dreifacher Weltmeister im Kugelstossen) mit der Langhantel auf dem Rücken Sprünge gemacht hat, wiederholt mehrere Treppenstufen runtergesprungen ist und eine schwere Kugel als Pendel aufgehängt durch Schwingen einarmig abgebremst hat, um seine Muskulatur exzentrisch zu trainieren.

Dies funktioniert ausgezeichnet, wie seine konzentrischen Werte gezeigt haben. Ausgezeichnet, aber mit einem negativen Nebeneffekt....

Der grosse Nachteil bei dieser primitiven exzentrischen Methode ist, dass der Rücken und die Gelenke extrem leiden und die Verletzungsgefahr sehr hoch ist. Also wir fassen zusammen: Trainingslehre verstanden aber falsche Technologie eingesetzt!

Eine Power Plate liefert bis zu 8,5G aber kontrolliert auf ca. vier Millimeter; dies schlägt noch nicht durch die Gelenke. Dies wären auf einbeinig kurzzeitige Belastungen von 1,1 Tonnen bei einem 130 Kilogramm schweren Athleten und dies 50 Mal pro Sekunde. Lindsey Vonn, Ronaldo und andere trainieren heute intelligenter und setzen die Power Plate gekonnt ein. Das Gleiche gilt für den reACTtrainer, der mit sehr grossem Hub gegen die Schwerkraft drückt und so die Sportler zum Einfedern bringt, wie wir z.B. im Trainingsvideo von Skifahrer Ted Ligety und vielen Spielern des Amercian Football sehen können.

#### Was man über Exzentrisches Training wissen muss

- Muskeln können konzentrisch die geringste Kraft erzeugen
- Muskeln können isometrisch mehr Kraft erzeugen



- Muskeln können exzentrisch die meiste Kraft erzeugen
- Bei exzentrischer Kontraktion kommt die Kraft von kontraktilen Elementen und von den viskoelastischen Komponenten des Bindegewebes (vor allem Sehnen)!

#### Kraft-Geschwindigkeitskurve

Im Gegensatz zu konzentrischen Kontraktionen können Muskeln mehr Kraft erzeugen, je schneller sie sich exzentrisch (zu einem Punkt) verlängern, was es ihnen ermöglicht, die kinetische Energie während schneller Bewegungen wie einem Fussauftritt während des Laufens zu speichern.

Exzentrisches Training verschiebt die Länge / Spannungskurve

 Exzentrisches Training erhöht die Fähigkeit eines Muskels, Kraft mit einer längeren Länge zu erzeugen!

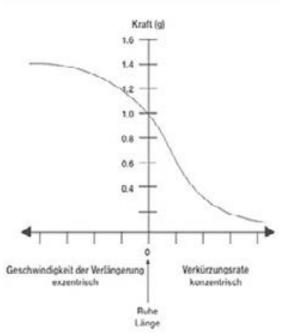
- Dies ist einer der Wege, wie exzentrisches Training Verletzungen verhindert.
- Exzentrisches Training bewirkt eine schnellere Zunahme der Muskelgrösse und —stärke.
- Stärke von exzentrischem Training überträgt sich auf konzentrisches Training, aber nicht umgekehrt.
- Da ein Muskel exzentrisch viel mehr Kraft erzeugen kann, führt ein langsames Absenken der Gewichte nicht zu einer Überlastung oder Verbesserung der Exzentrizität.
- Das heisst auf Deutsch: Selbst Heavy-Negativtraining an Geräten ist noch kein richtiges exzentrisches Training!
- Signifikante Erhöhung des metabolischen Grundumsatzes (Kalorienverbrauch in Ruhe).
- Exzentrisches Training erfordert ein viel niedrigeres Mass an Sau-

erstoff und kardiovas-kulärer Arbeit / Stress und eine geringere Rate an wahrgenommener Anstrengung für ein gegebenes Mass an Kraft-produktion / Arbeitsbelastung.

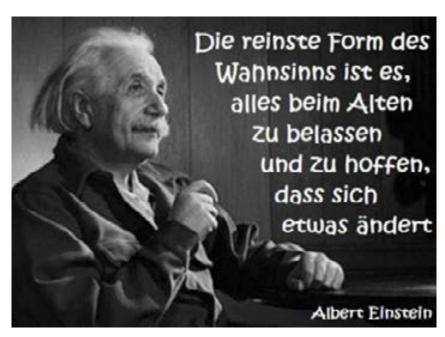
Übungen haben sich als ideal für Senioren und Menschen mit verminderter kardiovaskulärer Kapazität erwiesen, da sie schnell und sicher Muskeln aufbauen und das Sturzrisiko signifikant senken.

das Sturzrisiko signifikant senken.

In der nächsten Ausgabe der FITNESS TRIBUNE erfahren Sie mehr über modernes exzentrisches Training.



# Man muss lernen mit Veränderungen umzugehen



Vor über zehn Jahren habe ich das letzte Mal einen Bericht über Wandel geschrieben und schon damals war mir bewusst, dass die einzige Konstante in unserem Leben der Wandel ist. Als Coach und Berater seit über 40 Jahren in der Fitness- und Freizeitbranche ist eine meiner Hauptaufgaben, die Kunden zu lehren, mit Veränderungen umzugehen – viele Menschen lieben das bekannte Unglück mehr ... als das unbekannte Glück! Veränderungen und NEUES löst bei den meisten Menschen Angstgefühle aus, welche meistens ihr Handeln blockieren.



coacht und berät Einzelpersonen und Clubs über Skype oder vor Ort (Strategie, Management, Neugründungen, Analysen, Schulungen, Konzepte, Raumplanung). Fitnessclubanalysen sowie Verkauf & Nachfolgeregelung gehören ebenfalls zu seinen Leistungen. Kontakt: +41 79 601 42 66, edy.paul@paul-partnerag.com,

Als Segler bin ich mir bewusst, wir können den Wind nicht verändern, jedoch können wir immer die Segel anders setzen und so unser Ziel erreichen – so ist es in allen Bereichen in unserem Leben ob privat oder in der Arbeitswelt.

**Der Wandel ist Problem und Chance** "Das Einzige, was im Leben sicher ist, ist die Veränderung" - dieses geflügelte Wort sagt bereits klar aus: Will man im Leben Sicherheit, kann man sich nur an die ständige Veränderung, an den Wandel als einzigen Stabilitätsfaktor halten. Mit anderen Worten, wenn man den Wandel nicht mehr nur als Problem, als Bedrohung ansieht, sondern ihn als einzigen Sicherheitsfaktor akzeptiert und auch nutzt, dann ist der Wandel ebenso voller Chancen. Aber nur, wenn man diese Chancen wahrnimmt und auch wahrmacht, wenn man eine Strategie erlernt und anwendet, die man heute mit "Change Management oder Wandelkompetenz (CP Seibt) " bezeichnet.

#### Die Vorgehensweise

Die grösste Schwierigkeit der Welt besteht nicht darin, Leute dazu zu bewegen, neue Ideen aufzunehmen, sondern alte zu vergessen, wusste schon John Maynard Keynes.

## 1. Analyse der momentanen Situ-

Das regelmässige Analysieren Ihres Marktes und der Firma muss zum festen Bestandteil der Managementaufgaben werden, dabei sollte beachtet werden, auch die Mitarbeiter und externe neutrale Meinungen (Achtung: "Betriebsblindheit") miteinzubeziehen.

- Mitgliederbefragung
- Kennzahlen
- Clubanalyse
- Markt- und Konkurrenzanalyse
- SWAT Analyse

#### 2. Abschied nehmen

Der zweite Schritt nach der Erkenntnis ist das notwendige Abschiednehmen von den altgewohnten, vertrauten Denk- und Handlungsweisen.

- In diesem Prozess sollten unbedingt Ihre Mitarbeiter miteinbezogen werden.
- · Gemeinsam Lösungen suchen.
- Mut zur Angst vor Veränderung entwickeln – Wandel akzeptieren.

#### 3. Aufbrechen - Tun!

Nach dem Abschiednehmen wird die Bereitschaft zum Aufbrechen zur ständigen Bewegung, zum Wandel geweckt und vertieft.

- Sie (Chef & Inhaber) und alle Mitarbeiter müssen total motiviert hinter den Massnahmen und dem neuen Konzept stehen, damit die Veränderungen erfolgreich umgesetzt werden können.
- Am besten erarbeitet man die Ideen gemeinsam im Team.

#### 4. Der erste Schritt

Nach dem gemeinsamen Erarbeiten der Massnahmen sollte man Aufgabenlisten erstellen und innert drei Tagen mit der Umsetzung beginnen.

#### 5. Sofortige Ergebnisse

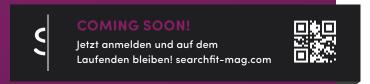
Die Umsetzung der Massnahmen sollte man permanent überprüfen und eventuell auch korrigieren, damit man in kurzer Zeit den optimalen Nutzen daraus ziehen kann. Nach meiner Erfahrung liegt das Hauptproblem bei den Führungsleuten persönlich. Die wenigsten können sich selber und "ihr Baby" (Firma) in Frage stellen und haben Angst vor Veränderung. In den wenigsten Fällen liegt das Problem bei den Möglichkeiten, sondern meistens beim **TUN!** 

In diesem Sinne wünsche ich allen viel Erfolg für die Zukunft unter dem Motto " Just do it "

Beste Grüsse Ihr Edy Paul

www.edypaul.ch

lebendig. dynamisch. sportlich. stylisch. lecker. faszinieren, fundiert. inspirierend. kommunikativ. wissbegierig. farbig. abwechslungsreich. urban. informativ. positiv. offen. gemeinschaftlich. searchfit-mag.com







# Andreas Bredenkamp

Für die jahrelange Unterstützung bedanke ich mich mit dieser Drittelseite neben meiner Artikelreihe bei Mario und Christin Görlach, Marc Wisner, Alexander Strahl und dem gesamten Vertriebsteam von EGYM und FLEXX für ihre jahrelange Unterstützung meiner Arbeit. Das Team möchte den Fitnesscentern nicht einen Kostenblock in den Club stellen, sondern Lösungen, mit denen sich die Einzelstudios am Markt behaupten können. Wo ich Teil der Lösung sein kann, empfehlen sie mich und beziehen mich so in ihre Lösungsvorschläge mit ein. Ich wünsche mir auch für 2019 eine für alle nutzbringende Kooperation.

www.fle-xx.com/termine







# Können Einzelstudios zukünftig überleben? Teil V

Auf dem letzten INLINE-Kongress hat Rene Kalt von der MIGROS das Problem der Einzelstudios in einer einzigen Grafik auf den Punkt gebracht:

Die Menschen erkennen den Unterschied zwischen Discount und Premium nicht (mehr).

Den Discounter darf das freuen, dem Einzelstudio kann es das Genick brechen. Denn nach Porter gibt es letztendlich nur zwei Wettbewerbsstrategien, zwischen denen Unternehmen wählen können. Das eine ist die "Kostenführerschaft", das andere die "Differenzierung". Für eine dieser beiden Strategien muss sich das Unternehmen entscheiden. Mischformen bedeuten Mittelmass und funktionieren deshalb nicht.

Ein typisches Beispiel für die "generischen Wettbewerbsstrategien nach Porter" ist der Wettbewerb zwischen ASS-Ratiopharm und Aspirin. Ratiopharm setzt auf Kostenführerschaft; an "Differenzierung" ist dem Generikum nicht gelegen. Im Gegenteil, es macht alles genauso wie das Original — nur billiger. Damit belässt Ratiopharm das Problem der "Differenzierung" bei Bayer. Das Original muss darstellen, wo der Unterschied liegt. Kann es das nicht, geht es unter. Bayer wird das nicht umbringen, die Einzelstudios unter Umständen schon. Denn was unterscheidet das Einzelstudio wirklich vom Discounter?

Roger Gestach beschreibt in seinem Artikel "Training beim Discounter — ein Selbsttest" Erkenntnisse und Empfindungen, die er als Kunde eines Discounters gewinnen durfte. So empfand er das Discount-Angebot als "ein faires System", in dem "bezahlt wird, was gewünscht wird". Er schreibt weiter:

"Die Trainingsanweisungen, die ich dort mit einem Ohr jeweils mitgehört habe, waren sehr kompetent. Die Mitarbeiter, die dort arbeiten, hätte ich früher auch bei mir eingestellt. Man kann also weder sagen, dass Mitarbeiter [des Discounters] schlechter arbeiten würden, noch eine schlechtere Qualität bestünde, was die Unterstützung beim Training anbelangt. [...] Auch beim Nachwuchs zeigt sich das gute Qualitätslevel der Firma; sind doch zahlreiche Lehrlinge unter

den Nominierten für die Swiss Skills.

Ein Vorurteil, welches sich stark in meinem Kopf manifestiert hatte war, dass in einem Discount-Fitnesscenter sehr viele Ausländer und junge Menschen trainieren, was mich stören würde. Nein, das war nicht der Fall! Klar ist das Zielpublikum jünger als in anderen Studios und es hat ein wenig mehr Ausländer. Ich empfand dies aber überhaupt nicht als störend und fühlte mich sehr wohl."

Zusammengefasst bot der Discounter Roger Gestach, Herausgeber der FITNESS TRIBUNE und ehemals selbst Geschäftsführer mehrerer Premium-Fitnessanlagen, "ein gutes Trainingserlebnis zum kleinen Preis."

Offensichtlich ist also weder die Ausstattung der Anlage, noch das Publikum, ja, noch nicht einmal die Qualität in der Trainingsbetreuung als Differenzierungskriterium wirklich belastbar. Der Discounter macht inzwischen alles genauso gut — nur billiger. Und deshalb verbleibt es beim Einzelstudio darzustellen, wo der Unterschied liegt. Kann es das nicht, geht es unter.

Differenzierung zielt auf Alleinstellung ab. Deshalb taugt als Differenzierungskriterium nur, was das Einzelstudio allein kann; und wenn nicht, dann zumindest was es am besten kann. Damit bleibt für die Auswahl eines geeigneten Differenzierungskriteriums kein grosser Spielraum. Letztlich kommt nur in Betracht, was ausschliesslich an Trainingsgeräten geht — oder zumindest am besten.

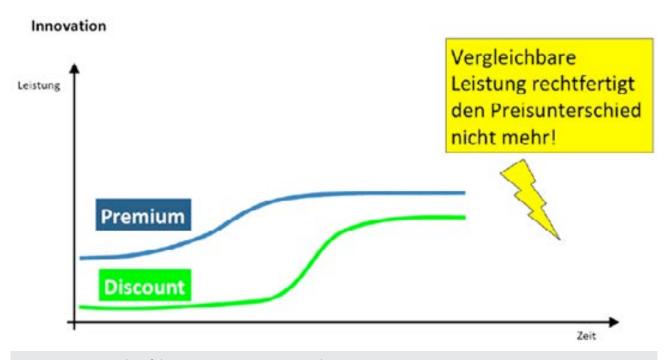
Der Fitnessclub als "Gesundheitsanbieter" scheidet damit aus. Denn geht Gesundheit nur an Trainingsgeräten?



Andreas Bredenkamp

Jahrgang 1959 Studierte Germa

Studierte Germanistik und Sport, Autor des Buches "Erfolgreich trainieren" und des "Fitnessführerscheins"



Vortrag von Rene Kalt auf dem INLINE-Kongress im November 2017

Erst heute las ich in der Süddeutschen Zeitung (SZ) über eine Studie, die unter dem Titel "Jeder Dritte weltweit bewegt sich zu wenig" veröffentlicht wurde. In dem Artikel werden die katastrophalen gesundheitlichen Folgen des Bewegungsmangels beschrieben. Klingt gut, wenn nicht gleich der nächste Satz lauten würde:

"Bereits 75 Minuten Joggen oder 150 Minuten Radfahren in der Woche reichen aus, [um sich die für die Gesundheit ausreichende Bewegung zu verschaffen]."

Gesundheit ist als Differenzierungs-kriterium also offensichtlich nicht nur im Wettbewerb zum Discounter ungeeignet, Gesundheit taugt als Alleinstellungsmerkmal noch nicht einmal im Wettbewerb zum Joggen oder Radfahren. Ebenso wenig besteht es im Wettbewerb zu Arzt oder Therapeuten, zu Operation oder Reha, zu Diät oder gesunder Ernährung. Gesundheit scheidet damit als Alleinstellungsmerkmal aus.

Und auch der Fitnessclub als "Bewegungsanbieter" schafft keine Differenzierung. Zwar gelingt damit immerhin die Abgrenzung zu "Arzt" oder "Ernährung", zum "Joggen und Radfahren" aber immer noch nicht. Bewegung erklärt noch nicht einmal den Unterschied zur Arbeit im eigenen Garten, geschweige denn zum Leistungsangebot des Discounters.

Markenstrategie, so die Experten von

Markentechnik-Consulting.de, "ist kein kundenorientiertes Wunschkonzert. Wer nur Kundenwünsche erfüllen und es allen Recht machen will, landet unweigerlich im Mittelmass des Marktes. [...] Wer [dagegen] eine wirklich starke Markenposition erringen will", so die Experten weiter, "braucht den Mut zur Differenzierung und muss sich befreien von den falsch verstandenen Zwängen des Marktes."

Als erster erkannte das Werner Kieser, der seine letzten Räder denen unter seinen Kunden schenkte, die glaubten, nicht ohne auszukommen, um sich zu 100 Prozent auf den "starken Rücken" zu konzentrieren. Er liess sich von seinen Kunden die Bereitstellung von Rädern nicht aufzwingen, denn auch im Bereich "Ausdauer" ist das Training im Fitnessclub immer nur die kostenintensivere Alternative zum Laufen oder Radfahren in der Natur. Kieser konzentrierte sich auf das, was der Fitnessclub allein oder am besten kann und verlieh seinen Anlagen damit ein Profil, mit dem er nicht nur eine Kette innerhalb der Fitnessbranche gründete, sondern er erschuf neben der Fitnessbranche eine eigene Kategorie. Kieser ist kein Fitnessclub, Kieser ist Kieser.

Auch INJOY gelangte zu dieser Erkenntnis und setzte auf "betreutes Muskeltraining". Damit steht auch INJOY für das, was der Fitnessclub allein oder am besten kann, nämlich Kraft-Training. Beide — KIESER als auch INJOY — wissen, dass die Abgrenzung zum Wettbewerb nicht

Aufgabe des Kostenführers ist, Differenzierung ist Aufgabe des Premiumanbieters. Er muss den "Preisunterschied rechtfertigen", nur so kann er am Markt bestehen und bestenfalls von den Kostenführern noch profitieren.

Meine Empfehlung für die Einzelstudios lautet, sich nicht auf den "Rücken" zu beschränken und sich vor allem nicht auf die "Trainingsbetreuung" zu reduzieren, sondern sich mit allen ihren Fähigkeiten zu konzentrieren auf das beste Trainingsergebnis. Die Ergebnisse des Krafttrainings sind spürbar, sichtbar und messbar. Den grössten Kraftzuwachs bei geringstem Aufwand und in kürzester Zeit, das ist das Premiumergebnis, mit dem sich das Einzelstudio gegen den Kostenführer durchsetzen wird. Denn was am Ende zählt, ist immer das Ergebnis.

Die Chance für das Einzelstudio sehe ich in dem glücklichen Umstand, dass der Discounter Training gar nicht anbietet. Er stellt Trainingsmöglichkeiten zur Verfügung. Die Verantwortung für den Trainingserfolg liegt beim Kunden. Der Discounter ist wie eine Autowerkstatt, die nicht Autos repariert, sondern die Halle, Hebebühne und Werkzeuge zur Verfügung stellt. Bildlich gesprochen repariert das Einzelstudio die Autos und übernimmt für die Reparatur auch die Garantie. Wenn der Einzelclub das schafft, liefern ihm die Discounter zukünftig die Kunden.

# STOFFWECHSELKURschweiz – Risikofreier Start für Fitnessanbieter



Fitnessanbieter haben ihre Kernkompetenz im Training der Leute im Bereich Kraft, Ausdauer und mehr. Sehr oft ist ein nicht optimaler Stoffwechsel der Personen für das eine oder andere «Problem» verantwortlich — wie beispielsweise Figur und Gewicht, aber auch mangelnde Leistungsfähigkeit und nicht optimale Regeration. Ein gut funktionierender Stoffwechsel stellt die Basis für das Erreichen vieler gesundheitlichen und leistungsbezogenen Zielen dar. Um den Stoffwechsel richtig in Schwung zu bringen, braucht es verschiedene Faktoren. Licht, Bewegung (Training), Schlaf, Ernährung und Psyche stellen hier die wohl wichtigsten Pfeiler dar.

Für Bewegung und Training sind die Fitnessanbieter der richtige Ansprechpartner mit den entsprechenden Kompetenzen und dem Fachwissen. Oft findet man jedoch in Fitnessanlagen im Bereich der anderen oben erwähnten Faktoren mangelnde Lösungsansätze. Gerade im Bereich Ernährung suchen Fitnessanbieter eine Lösung anzubieten, jedoch ist das gar nicht immer so einfach. Es hängt hierbei vom Fachwissen und der Ausbildung, respektive der Motivation der Trainer ab, wie gut dem Kunden eine Lösung angeboten werden kann.

Mit dem ganzheitlichen Ansatz des Programms von STOFFWECHSELKURschweiz, soll den Fitness- und Gesundheitsanbietern geholfen werden, professionell, jedoch ohne grossen personellen und zeitlichen Aufwand, dem Kunden eine umfassende und erfolgreiche Stoffwechselaktivierung anzubieten. Vom Kunden angestrebte Ziele können so viel besser erreicht werden.

Im Lösungspaket der STOFFWECHSELKURschweiz bekommt der Kunde nebst dem Training, welches er beim Fitnessanbieter absolviert, auch wöchentliche Vorgaben über weitere Bewegung, die er absolvieren sollte: Beispielsweise Zeit- und Häufigkeitsangaben über zügige Spaziergänge. Der Kunde trägt schnell und einfach seine täglichen Feedbacks im Onlinetagebuch ein: Bewegung, Training, Schlaf, Befinden, Motivation. Eine ausgeklügelte Software ermöglicht es dem Trainer (Kuranbieter), aufgrund weniger Angaben und einfachen Messungen, dem Kunden in wenigen Minuten ein individuelles Programm für eine «stoffwechselaktivierende» Ernährung zu erstellen. Abgerundet wird das Paket der STOFFWECHSELKURschweiz durch ein motivierendes, einfach zu verstehendes «Kur-Begleitbuch» und eigens kreierte Vitalstoff-Zusammenstellungen, welche absolut natürlich und ohne synthetische

Stoffe sind. Hierbei wird mit BMO, Spezialist in der Biochemie und Komplementärmedizin gearbeitet. Und alles ist «Swissmade» und in entsprechend hoher Qualität.

Wichtig erscheint vor allen Dingen, dass der Fitness- und Gesundheitsanbieter sich voll auf seine Kernkompetenzen und das Hauptgeschäft konzentriert und trotzdem ein professionelles, ganzheitliches Stoffwechselaktivierungsprogramm anbieten kann. Dieses erfordert vom Kuranbieter nur sehr geringen Zeitaufwand. Das Onlineportal (und die Software dahinter) ermöglicht ein für den Kunden sehr individuelles Ernährungs-, Bewegungs- und Trainingsprogramm. Das Paket mit Kurbegleitbuch, Vitalstoffen und sinnvollen Nahrungsergänzungsmitteln (z.B. Leindotteröl als Omega-3-Spender) runden das Erfolgsrezept ab.

Die geschützte Marke «STOFFWECH-SELKURschweiz» macht Werbung in den sozialen Medien, Messen und Print. Die Marke wird immer stärker und dies führt zu Bekanntheit und schafft Vertrauen bei Interessenten. Alle Kuranbieter werden auf der Webseite gelistet und können dadurch neue Kunden gewinnen. Fairness als Grundsatz: STOFFWECH-SELKURschweiz arbeitet ohne Lizenzgebühren oder Mindestbestellmengen. Die Schulungskosten sind in der Erstbestellung genauso enthalten, wie auch einige Grundwerbemittel. Also kann man ohne Risiko starten und sich selbst überzeugen, dass dies eine erfolgreiche Sache für Anbieter und Kunde ist!

ich-will-starten@STOFFWECHSELKURschweiz.ch www.stoffwechselkurschweiz.ch



Das Kurpaket



# Neue Zielgruppen für Dein Studio

Mit der eGym Trainingssoftware stetig wachsen



# "Funktionelles Warmup" – oder "Das schiefe Fahrwerk von Herrn und Frau Schweizer"

Tick-Tack-Tick-Tack-Tick-Tack.....als man den Fehler bemerkte, wurde es für einen Sekundenbruchteil, welcher sich nach einer Ewigkeit anfühlte, totenstill. Ausser der Uhr im Hintergrund schien der Rest der Welt stillzustehen und der Schreck war dem Team ins Gesicht gemeisselt! Die harte Stimme des Teamleiters durchbrach die Stille abrupt: "Welcher ausgewachsener Vollidiot hat diesen Fehler produziert!?" Dieser harsche Ton war Standard und wir wussten ihn zu nehmen. Da der Start kurz bevorstand, drängte die Zeit und hielt uns auf Trab. Wenn wir nicht starten können, würde dies wertvolle Punkteverluste bedeuten und das konnten wir uns nicht leisten.

Doch der 911er schien uns endgültig einen Strich durch die Rechnung zu machen. Bei der Ausmessung des Fahrwerks, kurz vor dem Rennen auf dem Hockenheim-Ring, stellten wir fest, dass die Spur auf der einen Seite falsch eingestellt war. Sofort wurden die nötigen Schritte eingeleitet, um die Einstellungen vorzunehmen. Es ging alles Hand in Hand, jeder wusste genau, was zu tun war, auch wenn es von aussen wohl aussah wie ein verwirrter Haufen Ameisen. In letz-

Ronald Jansen

**Geboren:** 16. April 1969 Selbstständiger Personal Trainer, anerkannter Therapeut des Fasziendistorsionsmodell nach Typaldos, Dozent bei Academy for 360° Functional Kinetic Coach & Swiss Prävensana Akademie, Vorstandsmitglied des Schweizerischen Personal Trainer Verbandes, Prüfungsexperte beim Schweizerischen Fitness- und Gesundheitscenter Verband.

ter Minute schafften wir es zurück auf den Asphalt und konnten am Rennen teilnehmen.

Ein unverschuldeter Crash verhinderte dann aber trotzdem einen Punkterang. Die eine Saison in diesem Rennteam bereicherte dennoch mein Leben nachhaltig.

Die Spur an einem Auto sagt aus, ob beide Fronträder exakt parallel ausgerichtet und auf das restliche Fahrwerk abgestimmt sind. Sind sie das nicht, so wirken enorme Scherkräfte auf die Radlager, die Reifen und das ganze Fahrwerk wird um ein Vielfaches mehr belastet. Zudem ist die Manövrierfähigkeit nicht gewährleistet. Auf diesem Rennniveau ist es absolut unmöglich so zu starten, dies würde auch keinem Team in den Sinn kommen, da ein Unfall unvermeidlich wäre und man dafür gebüsst würde oder gar von weiteren Rennen disqualifiziert.

Ohne die erwähnte Korrektur würde es auch keiner "normalen" Auto-Garage in den Sinn kommen, ihnen ihr Auto auszuhändigen. Man würde sie damit in eine akute Gefahrensituation bringen und könnte auch an dieser Stelle bei einem Unfall zur Rechenschaft gezogen werden. Würde die Person tödlich verunfallen, ist eine Anzeige wegen fahrlässiger Tötung unumgänglich. Es handelt sich dabei um ein Gefährdungsdelikt und wird auch ohne Anzeige geahndet.

### Die "MeToo- Touch my Fahrwerk"-Affären im Fitnessalltag

Was in der Autobranche absolut unvorstellbar scheint, wird in der Fitnessbranche tagtäglich unbewusst zugelassen; Wir schicken Kunden mit einem "schiefen Fahrwerk" auf die Trainingsfläche und wundern uns über ausbleibende Erfolge beim Rückentraining oder provozieren gar eine Zunahme der Beschwerden.

Dabei ist es doch eine der schönsten Aufgaben des Trainers/Trainerin, dass Fahrwerk der Kundin/Kunden in Augenschein zu nehmen. Leider liegt der Fokus der Fahrwerksbetrachtung in den meisten Fällen auf anderen Gegebenheiten als jenen der funktionellen Biomechanik, um welche es in diesem Bericht geht.

Doch lassen wir das mal so stehen... in der Zeit der "MeToo-Touch my Fahrwerk"-Affären sollten solche Bemerkungen mit dem nötigen Res-



pekt erfolgen. Zudem möchte ich nicht in den Fokus gewisser linkspopulistischer Parteien geraten, welche selbst Lieder über den sehnsüchtigen Versuch eines jungen Mannes, über die Auskunft an eine "079" Telefonnummer zu gelangen, als sexistisch bezeichnen. Ich persönlich finde ja, dass an dieser Stelle die Wettbewerbskommission eingeschaltet werden müsste, da es sich um eine klare Bevorteilung einer Firma handelt. Zudem finde ich es erstaunlich, dass nicht auch die Firma die hinter der "079"-Nummer steckt - upssss, sorry - steht, nennen wir sie beim Namen, also die Swisscom, als sexistisch bezeichnet wird. Fragt mal einen Chinesen, wie er den Namen Swisscom ausspricht. Das klingt dann so: "SWISSCUM". Halloooo, geht's noch? Eine absolute Verunreinigung unserer Nation, wobei manche es sicher auch als Kompliment verstehen mögen.

# Mal zurück zum Thema; "So geht der Fahrwerks-Check!"

Kommen wir zur Sache... also zum Thema, meine ich, und werden wieder etwas seriös. Die Sache mit dem Fahrwerk-Checkup muss in der MeToo-Zeitgeschichte leider ernst genommen werden. Selbst Masseuren, Ärzten und eben auch Trainern kann ein solcher Vorwurf auferlegt werden. Trotzdem müssen wir unser Handwerk ausüben. Darin ist aber immer eine gesunde Distanz und ein kompetentes "Zugreifen" angesagt. Herr und Frau Schweizer sind heute bevorzugt in einer sitzenden Tätigkeit angestellt und bewegen sich, wie wir alle wissen, grundsätzlich zu wenig. Die andauernden Sitzpositionen, Ausweichbewegungen im Alltag und oft falsche Belastungen im Training lassen eine funktionelle Dysbalance im Hüftgelenk, an der Wirbelsäule und übrigens auch in den Organen entstehen. Selbstverständlich können auch Sporttraumata, "alte" Unfälle oder Fehlernährung diese Dysbalance hervorbringen.

Eigentlich hoffte ich, dass wir mittlerweile etwas weiter wären. Leider hat meine Internetstudie etwas Anderes ergeben. Auch habe ich bei den zwei absolvierten Probetrainings das erlebt, was ich in den Internetrecherchen erlebt habe. Wenn von Aufwärmen geredet wird, dann werden in diesem Zusammenhang nach wie vor in erster Linie die Begriffe Herz-Kreislaufsystem, Muskulatur, Gelenkflüssigkeit oder das neurovegetatives/muskuläres System genannt, woran auch nichts falsch ist.

Es wird unter anderem aber ein ganz entscheidender Faktor weggelassen, bezeichnen wir diesen Faktor als "funktionelle Statik". Unter funktioneller Statik können wir das verstehen, an was sich der Bewegungsapparat entsprechend den zuvor erwähnten alltäglichen Beanspruchungen anpasst.

Eine für das Training sehr entscheidende Abweichung der idealen funktionellen Statik finden wir im Bereich der LWS, welche durch den Abstand zwischen Christa iliaca (Beckenkamm) und den untersten Rippen sicht- und tastbar wird. Eine Seite des Beckenkamms ist meist weiter oben bzw. eine Seite weiter unten oder einfach gesagt das Becken in einem Schiefstand. Die Gründe dafür können sehr zahlreich sein und werden auf den ersten Blick nur sehr schwer ausgemacht. Oft ist es aber lediglich eine funktionelle Dysbalance der Rumpfmuskulatur oder Hüftgelenksmuskulatur und kann ohne grossen Aufwand ausgeglichen werden, sofern man weiss wie.

Dies könnt Ihr mit einem Kollegen ohne weiteres feststellen. Stellt den Kollegen mit dem Rücken zugewandt vor Euch hin und kniet Euch hinter ihn auf den Boden. Legt dann beide Hände auf den Beckenkamm, welcher meistens sehr gut zu tasten ist. Nun vergleicht ihr die Höhe Eurer Hände. Ihr werdet feststellen, dass Ihr eine Abweichung von bis zu fünf Zentimetern von der einen zur anderen Seite findet.

Die erwähnte Anwendung solltet Ihr bitte nicht mit den Standardkunden im Fitnesscenter machen, denn dort gehört es nur mit dem nötigen Hintergrundwissen hin. Solltet Ihr aber



als Personal Trainer bzw. leitender Fitnesstrainer arbeiten und seid Euch Eurer Sache sicher, so ist dies eine sehr gute Möglichkeit, dem Kunden die Effizienz hinter den noch folgenden Übungen mit dem "Vorher-Nachher"-Effekt zu zeigen.

Tatsache ist, dass sich durch die erwähnte Abweichung eine ungleichmässige Kraftverteilung ergibt und die myofaszialen Einheiten und Zuglinien in den unterschiedlichen Abschnitten beider Seiten nicht gleich belastet werden. Zudem ist es durch diese Position unumgänglich, dass sich eine

Krümmung der Wirbelsäule auf der Frontalebene ergibt, womit durch das dreidimensionale Denkmodell der Biomechanik gleichermassen eine Rotation (Transversalebene) und Extension bzw. Flexion (Sagittalebene) zwischen den einzelnen Wirbelsegmenten entsteht. Damit werden die Bandscheiben, Facettengelenke, das Iliosakralgelenk etc. einseitig verteilten Scher-, Druck- und Rotationskräften ausgesetzt, was letztlich zu einer übermässigen Abnutzung und einer entsprechenden Verletzung führen kann.

# Es muss dringend ein Umdenken im Warmup stattfinden!

Diese funktionelle Dysbalance könnt Ihr mit der Anfangs erwähnten "Spur" des Fahrwerks vergleichen. Egal wie schnell und perfekt Ihr das Rennen (Training) nachher bestreitet, es wird unweigerlich zu einer ungleichmässig verteilten Belastung führen.

Mit dieser Tatsache könnt Ihr dem Kunden noch lange einen geraden Rücken instruieren, es wird ihm nicht gelingen. Ganz im Gegenteil, auch wenn dies von aussen für den Ungeübten ohne Tasten oft nicht sichtbar ist, die Abweichung wird sich mit zunehmender Belastung noch verstärken, da sich der Trainierende in diesem Kompensationsmuster vermeintlich "wohl" fühlt. Es stellt für ihn den aktuell einfachsten Weg dar, Belastungen zu überwinden, sei dies nun im Training oder im Alltag. Was also mit guten Absichten instruiert wird, endet ohne den nötigen Ausgleich irgendwann in einem Desaster.

Die bereits erwähnten einseitigen Belastungen stellen nur den einen Teil des "Desasters" dar, der andere Teil liegt in den falsch suggerierten neuromuskulären Funktionen des Bewegungsapparates und somit der Muskelintelligenz. Egal an welcher Stelle des Bewegungsapparates Ihr die Belastung setzt, durch das Gesetz der Kontinuität wird sich die funktionelle Dysbalance auch bei einer Belastung der Schultermuskulatur in der neuromuskulären Muskelintelligenz festsetzen. Die propriozeptorischen Sensoren des Faszien-Kontinuums, womit

wir die Bänder, Sehnen, Gelenksmanschetten etc. meinen, nehmen durch eben dieses Gesetz die feinsten Abweichungen wahr und richten die optimale Kraftentfaltung darauf aus; sie versuchen dieses Muster zu stärken.

Dies macht sich vor allem dann bemerkbar, wenn Ihr den Kunden die Ausgleichsübungen machen lasst, so dass sich die funktionelle Statik der Idealhaltung nähert und er vorübergehend bei gewissen Übungen auf einmal wesentlich weniger Kraft entfalten kann als in seinem "bekannten Muster".

# Wie also können wir nun diese Abweichungen ausgleichen?

Im Modell des Functional Kinetic Coach lehren wir die Studenten, das Training anders aufzuteilen, damit diese Faktoren eben nicht vernachlässigt werden und es nicht zu unnötigen Missverständnissen kommt.

Am Anfang eines jeden Trainings kommen die sogenannten "Pre- Performance Activities & Adjustments", die so viel bedeutet wie die Aktivitäten bzw. Einstellungen vor dem eigentlichen Training.

Durch die Differenzierung der "Pre-, Peak- & Re- Performance Metabolism Activities & Senses Adjustments" sollen unter anderem jene Missverständnisse verhindert werden, welche sehr oft durch die Begrifflichkeiten zustande kommen. So ist der Begriff Warmup irreführend, da er beispielsweise nicht die Notwendigkeit der neuromuskulären Einstellung oder das Zuführen der trainingsspezifischen Nährstoffe beinhaltet. In der Lehre des Functional Kinetic Coach ist die Ernährung, welche wir als "Nutrition Activities" bezeichnen, ein fester Bestandteil der einzelnen Trainingsphasen. Die "Nutrition Activities" sind ein ebenso wichtiger Bestandteil der Pre-Performance, wie die "Repair Activities" bzw. "Repair Adjustments".

Was anfänglich wie das Aneinanderreihen von ein paar coolen Begriffen klingt, ist einem komplexen und bis ins Detail durchdachten Modell unterstellt. Einmal verstanden, macht es die Betrachtungsweise des Trainings wesentlich einfacher und gibt Antworten auf Fragen mit denen Trainer nach wie vor konfrontiert werden und keine schlüssige Antwort erhalten.

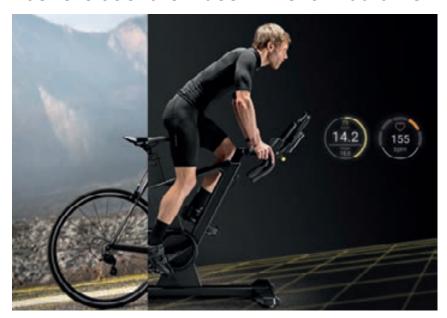
Unter den Repair Activities & Adjustments verstehen wir unter anderem das, worum es bei einem Funktionellen Warmup gehen sollte. Wir wollen die Systeme reparieren und die neuromuskulären Einstellung vornehmen, bevor wir uns der eigentlichen Belastung widmen. Diese Faktoren sind unter dem Begriff "Warmup" verständlicherweise nicht definiert und für den Trainer somit auch nicht vorstellbar.

Niemand spricht davon, dass wir unsere Systeme zuerst reparieren bzw. einstellen müssen, bevor wir mit der Hauptbelastung starten. Alle sprechen immer nur von Regeneration nach dem Training. Leider ist die aktuelle Situation die, dass die Kunden schon in allen Bereichen deformiert mit dem Training beginnen. Wo bitte, bleibt da die Logik, dass wir dies vorher nicht beheben? Wie schon gesagt; nie im Leben würden wir ein Fahrzeug so auf die Strasse lassen. Jedes Fahrzeug würde sofort aus dem Verkehr gezogen, da es sich selbst (Person) oder sein Umfeld (Gesundheitskosten) schadet. Mittlerweile gibt es glücklicherweise Gerätschaften, wie das "Five"-Konzept, die einen Teil dessen umsetzen, was ich meine, leider aber längst noch nicht alles.

In der nächsten Ausgabe werden wir Euch eine Reihe von Übungen vorstellen, inklusive QR Code zu den Videos, mit welchem Ihr ohne Probleme ein funktionelles Warmup gestalten könnt. Ebenfalls zeigen wir Euch, wie Ihr den Kunden mit einfachen Vorher/Nachher-Tests begeistern könnt.

# Technogym präsentiert SKILLBIKE

### Das revolutionäre Indoor-Bike für Radfahrer



Technogym, eine weltweit führende Marke für Fitness- und Wellnessprodukte sowie Dienstleistungen, digitale Technologien und offizieller Lieferant der letzten sieben Olympischen Spiele, stellt SKILLBIKE™ vor. Das revolutionäre Fahrrad ermöglicht es Radfahrern, Triathleten und Radsportlern in einer Innenumgebung Outdoor-Emotionen und sportliche Herausforderungen zu erleben.

Skillbike beinhaltet besondere Funktionen, speziell für das Athletik- und Performancetraining. Es ist das erste Indoor-Bike mit REAL GEAR SHIFT. Dies ermöglicht dem Anwender, die Dynamik von echten Bergfahrten zu erleben. Durch Bewegung der Gangschaltung können Fahrer der wechselnden Widerstandversänderung entgegenwirken und dadurch die richtige Kraft und Trittfrequenz für maximale Effizienz erreichen, während die Konsole die Gangauswahl in Echtzeit anzeigt.

Real Gear Shift aktiviert die einzigartige MULTIDRIVE TECHNOLOGY™, die es Fahrern ermöglicht, von kraftbasierten Trainingsroutinen zu Simulationen von Bergauffahrten zu wechseln. Dies verbessert die Kraft und Ausdauer sowie die Maximierung der Effizienz auf eine neue und ansprechende Weise.

Um das gleiche Outdoor-Gefühl zu vermitteln, reproduziert SKILLBIKES RIDING DESIGN die Biomechanik von Outdoor-Fahrrädern. Rahmen und Lenker sind so geformt, dass sie sich an verschiedene Disziplinen anpassen wie beispielsweise das Strassenfahren, Geländefahren oder Zeitfahren. Das Kernstück von

Skillbike ist das raffinierte ROAD EFFECT SYSTEM, welches durch die Anpassung des Trittstils und das Aufzeigen der persönlichen Leistungsdaten ein Outdoor-Fahrgefühl simuliert.

Skillbike ist ein digitales und voll interaktives Produkt: Die integrierte 7"-Farb-LCD-Konsole liefert alle relevanten Daten der Leistung mit Echtzeit-Feedback zu Trittfrequenz, Watt, Geschwindigkeit, Distanz, Steigung, Herzfrequenz, ausgewähltem Gang und Übersetzungsverhältnis. Dank seiner PEDAL PRINTING™ Technologie bietet Skillbike auch ein visuelles Feedback zum Trittkreis und der Symmetrie des Pedaltritts, um die Effizienz überwachen und steigern zu können

Skillbike bietet zusätzlich eine breite Palette von Trainingsprogrammen. Um Ziele und Leistungstests zu erfüllen, ist es möglich, unterschiedliche Routinen und Routen auszuwählen oder selbst zu erstellen. Skillbike ist mit STRAVA, GARMIN und ZWIFT vernetzt, um den Benutzer auf der Erfolgsspur zu halten.

Skillbike ist zudem ideal für kleine Gruppentrainings in der Sporthalle oder in einer Studioumgebung. Mit Skillbike können Trainer zwei unterschiedliche, aber ebenso ansprechende Kurserfahrungen anbieten: Race und Performance. Die professionelle Skillbike-App ermöglicht Trainern, den Kurs im Voraus zu planen und somit ein nahtloses Kursmanagement.

#### Über Technogym

Seit seiner Gründung 1983 ist Technogym ein weltweit führender Anbieter von Produkten, Dienstleistungen und Lösungen in der Wellness- und Fitnessbranche. Technogym bietet eine umfassende Palette an Cardio-, Kraftund Funktionsgeräten sowie eine digitale Cloud-basierte Plattform, die es den Verbrauchern ermöglicht, sich mit ihrem persönlichen Wellness-Erlebnis an jedem Ort zu verbinden, sowohl an den Geräten als auch mobil im Freien. Mit weltweit über 2000 Mitarbeitern und 14 Niederlassungen ist Technogym in über 100 Ländern vertreten. Mehr als 80'000 Wellness-Center und 200'000 private Häuser auf der Welt sind mit Technogym ausgestattet. Das Italienische Wellness-Unternehmen ist zudem offizieller Ausstatter der letzten sieben Olympischen Spiele: Sydney 2000, Athen 2004, Turin 2006, Peking 2008, London 2012, Rio 2016 und PyeongChang 2018.

www.technogym.com



# Das neue STAGES SP3 Pedal ist da!



Die Jahreszeit mit den kurzen, kalten Tagen und schneebedeckten Strassen steht vor der Tür. Doch dieses Jahr ist das kein Grund enttäuscht zu sein, denn STAGES erfreut die Cycling Community mit tollen Neuigkeiten.

Entworfen und kreiert von STAGES Indoor Cycling, setzt das zum Patent angemeldete SP3 Pedal einen neuen Standard für erstklassige Indoor Cycling Pedale. Mit seinen revolutionären Eigenschaften wie die «oneclick, quick release platform» und das «easy-adjust strap system» ist das SP3 das ultimative Upgrade um ein erstklassiges Indoor Cycling Erlebnis zu vervollständigen.

- Speziell konzipiert um der hohen lateralen Belastung beim Indoor Cycling zu trotzen ist die Pedalachse viermal stabiler als bei bestehenden Modellen.
- Kompatibel mit LOOK Delta, SPD Stollen und Turnschuhen
- Haken sind bei beiden Pedalen (links/rechts) austauschbar
- «One-click, quick release platform» ermöglicht einfaches, werkzeugloses Entfernen der Pedalkörbchen
- Revolutionäres Riemen–System für müheloses Anziehen und Lösen des Riemchens.

### STAGES Solo – für individuelle Indoor Cycling Stunden

Das STAGES Solo ist ein must have für jedes Fitnesscenter! Es wurde speziell für den Cardio Bereich entwickelt und bietet den Mitgliedern die Möglichkeit, individuelle Trainingseinheiten zu absolvieren und stets neue, virtuelle Strecken zu fahren — und zwar auf dem besten Indoor Bike, das es zur Zeit auf dem Markt gibt.

Planloses Pedalen mit TV-Unterhaltung war gestern — mit dem Bike und dem virtuellen Coaching von STAGES Solo kann jedes Mitglied, unabhängig von seinem Fitness Level, zielgerichtete und individuelle

Trainingseinheiten absolvieren. STAGES Solo bringt jeden Fahrer motiviert an sein (Fitness)Ziel!

# Les Mills erklärt STAGES Indoor Cycling zum weltweiten Partner

Die Nummer eins im Gruppen Fitness hat sich mit dem führenden Indoor Cycling Unternehmen verbündet und erklärt die Bikes von STAGES zu den für die Cycling Stunden von Les Mills (Les Mills Sprint, RPM und THE TRIP) bevorzugten Bikes.

"STAGES ist mehr als nur eine grossartige Marke, es ist ein Unternehmen dessen Kernelement die Leidenschaft für Fitness ist. STAGES entwickelt fantastische, qualitativ hochstehende Produkte, die es den Menschen erleichtern ihre Fitnessziele zu erreichen. Mit den ausgezeichneten Bikes und dem technologisch fortschrittlichen Zubehör von STAGES bringen wir die Indoor Cycling Stunden von Les Mills auf einen neuen Level. Unsere Partnerschaft bietet den Fitnessclubs auf der ganzen Welt die Möglichkeit, ihren Mitgliedern unvergleichbare



Fitnesserfahrungen zu machen", so Philip Mills, CEO von Les Mills International.

STAGES Cycling wird in der Schweiz exklusiv durch TUM Sports vertrieben: info@tum-sports.com www.tum-sports.com





# DER WELTWEIT INNOVATIVSTE PROTEIN SHAKE AUTOMAT

# TREFFEN SIE Auf Die

Modernste Automatentechnologie innen wie außen,

INTERIEUR

Heißwasserreinigung für mehr Hygiene.

Easy Fill Technologie

Patentiertes Plug & Play Verfahren mit Proteinpulverdosen. Einfach und sauber!

Mix & Match Flavoring Technologie Patentierte Mixtechnologie für Proteinpulver und Sirups für unglaublich leckere Protein Shakes.

Gewährleistet die zahlreichen Funktionalitäten der BodyShake Cloud-Plattform.





#### **EXTERIEUR**

32" Full HD Touch Screen

Großer High Definition Touchscreen mit intuitiver Menüführung zur Herstellung maßgeschneiderter Shakes.

Große Auswahl an Bezahloptionen

Ob mit Münzen, Scheinen oder Bargeldlos! Außerdem kompatibel mit jeder Studiosoftware.

Automatisches Becherwerk

Schluss mit losen Bechern am Automaten und einhergehenden Schwund





Erfahren Sie mehr unter: www.bodyshake.com info@soledor.ch

DISTRIBUTED BY: BODYSHAKE, FLURSTR. 4, 08056 ZWICKAU, GERMANY | MADEIN GERMANY | BODYSHAKE.COM

### Verstärkung im Vertrieb von STOFFWECHSELKURschweiz

Claudia Buchser ist ab sofort im Bereich Vertrieb für die STOFF-WECHSELKURschweiz tätig. Sie ist seit Jahren in der Fitnessbranche tätig und bringt grosse Erfahrung im Bereich Sport, Training, Schulung und Betreuung mit. Das Schweizer Qualitäts-Konzept legt grossen Wert auf Ganzheitlichkeit. Jetzt für das Netzwerk und Schulungstreffen am 19. Oktober anmelden und mehr erfahren! Oder besuchen Sie uns im November an der FitnessEXPO in Basel. STOFFWECHSELKURschweiz ist insbesondere für Fitnesscenter, Personaltrainer, Naturheilpraktiker und Kurhotels extrem spannend. BT COACHING, mit Hauptsitz in Muotathal, ist für den Gesamtvertrieb der STOFFWECHSELKURschweiz zuständig.



### Verstärkung des INLINE Beraterteams



v.l. (obere Reihe): Dieter Grabbe, Hursut Kara, Bernd Schu (untere Reihe) Isabel Bertram, Alexander Kokott und Regina Maltzahn

Mit Start September erweitert die INLINE Unternehmensberatung die Berater-Unit um gleich sechs neue Kollegen. Alle zeichnen sich durch langjährige Branchenerfahrung und ein erstklassiges Fitness-Netzwerk aus.

Alle verbindet die langjährige Erfahrung in der Fitnessbranche. Isabel Bertram, Sportwissenschaftlerin M.A. mit Schwerpunkt Gesundheitssport,, war fünf Jahre selbstständig tätig als Fitnesstrainerin, Ernährungstrainerin und Kursleiterin. Zuletzt arbeitete sie mehr als neun Jahre als Studioleiterin im Vital Fitness in Haldensleben. Auch Bernd Schu kann auf viele Jahre in der Branche zurückblicken. Zehn Jahre war er für Power Plate zuständig, während er die letzten vier Jahr als Key Account Manager bei XBody verantwortlich war. Regina Maltzahn ist gelernte Sportredakteurin und verantwortete in ihren letzten beiden Positionen das Produktmanagement zunächst bei Meridian Spa und im Anschluss bei WOF (Aachen). Alexander Kokott hat vor kurzem sein Studium der Betriebswirtschaft abgeschlossen. Zuvor hat er eine Ausbildung zum Sport- und Fitnesskaufmann in einem ehemaligen INJOY Studio in Wildeshausen absolviert. Dieter Grabbe beschäftigt sich bereits seit den 90er Jahren intensiv mit den Themen Fitness, Ernährung und Wohlfühlen. Er ist Buchautor und arbeitet regelmässig mit Profisportlern und Medienpersönlichkeiten zusammen und vermittelt dort sein profundes Fitness-Fachwissen. Hursut Kara ist bereits seit Mai 2018 in der Einarbeitungsphase bei INLINE. Der studierte Betriebswirt ist ebenfalls seit den 90er Jahren mit der Branche in unterschiedlichen Positionen vertraut.

Anzeige



# Academy for 360° Functional Kinetic Coach



# Die Spezialisten für Funktionelles Training



### **Aktuelle Agenda**

### 06 November 2018

Zeit: 18:30 - 19:15 Uhr

19:15 - 20:00 Uhr

20:00 - 20:30 Uhr

### **23 November 2018**

Dauer: 2 Tage

Zeit: 08:30 - 17:00 Uhr

### Informationsanlass für Interessenten

Eintreffen, Apéro & Kennenlernen

Vorstellung der Ausbildung mit Ronald Jansen

Beantwortung offener Fragen

### **Functional Training & Myofasziale Zuglinien**

Anatomie der Myofaszialen Zuglinien

Functional Training der myofaszialen Zuglinien



Academy for 360° Functional Kinetic Coach Grundstrasse 10b | CH-8712 Stäfa Telefon: +41 (0)76 365 65 45 | info@360-FKC.com

www.360-FKC.com



# Giusi Verre verkleinert seine fitnessplus Kette um die Hälfte



Giusi Verre ist seit über 20 Jahren eine bekannte Persönlichkeit in der Schweizer Fitnessbranche. Er hat die Premiumkette fitnessplus zu einer der grössten privaten und inhabergeführten Fitnessketten der Schweiz aufgebaut. Vor fünf Jahren hat er sieben Center von TC Training Center übernommen und seine Kette auf 14 Anlagen ausgebaut. Nun hat Giusi Verre die Hälfte seiner Center verkauft: Zwei Center an seinen Vermieter und fünf Center an den Discounter basefit.ch. Gerade der Verkauf an basefit.ch hat grosse Wellen geschlagen. Nebst einigen Zeitungen, welche teilweise darüber berichtet haben, war dieser Deal sogar in der bekannten Schweizer Fernsendung "Kassensturz" eines der Hauptthemen. Roger Gestach hat ein exklusives Interview mit Giusi Verre erhalten.

RG: Lieber Giusi, herzlichen Dank, dass Du bereit bist für dieses Interview. Noch vor nicht allzu langer Zeit, war es Dein persönliches Ziel, mit Deiner fitnessplus-Kette zu wachsen. Du hast mir mal erzählt, dass Du Deine Firmengruppe auf sicher über 20 Center ausbauen möchtest. Nun die Trendwende, Du hast die Hälfte Deiner Anlagen verkauft und bist jetzt bei sieben Center. Warum hast Du diese Center verkauft?

GV: Wie Du weisst Roger, habe ich zusammen mit Karin Diethelm die Marke fitnessplus aufgebaut. Wir nannten die Center unsere Kinder. Leider ist Karin im Februar ihrer langen Krebskrankheit erlegen. Sie hat bis zum Schluss wie eine Löwin gekämpft. Nach ihrem Tod habe ich mir viele Gedanken gemacht, wie es weiter gehen soll. Dazu kommt, dass wir aktuell sehr viel Dynamik im Fitnessmarkt erkennen können. Das hat mich dazu bewogen, uns wieder auf unseren Ursprungsgedanken zu besinnen: Hohe Qualität im Fitnessbereich. Diese ist ab einer gewissen Grösse sehr viel schwieriger umzusetzen, sodass wir entschieden haben, sieben der 14 Anlagen zu ver-

RG: Du hast fünf Center an basefit.ch verkauft und zwei Center an Deinen Liegenschaftsvermieter Rolf-Peter Zehnder. Warum hast Du diese Aufsplitterung mit zwei Käufern gemacht?

GV: Das war so nicht geplant, sondern hat sich aus den Anfragen und Verhandlungen heraus so ergeben.

RG: Du hast genauso viele Center verkauft, wie du vor fünf Jahren von TC Training Center gekauft hast, nämlich sieben. Ist dies Zufall oder wolltest Du bewusst wieder auf die gleiche Anzahl Standorte wie vorher?

GV: Das ist Zufall.

RG: Will fitnessplus zukünftig auch wieder wachsen oder sagst Du Dir "lieber kleiner aber feiner"?

GV: Wie ich bereits eingangs erwähnt habe, befinden wir uns in einem sehr dynamischen Umfeld. Wir werden selbstverständlich weiterhin alle Anfragen in alle Richtungen prüfen und schliessen nicht aus, dass wir an strategisch guten Standorten auch den einen oder anderen Club übernehmen würden.

RG: Sind weitere Verkäufe von Centern geplant?

GV: Diese Frage schliesst an die vorgängige an. Aktuell gehen wir nicht davon aus, dass weitere Center verkauft werden.

RG: In der Fernsehsendung Kassensturz wurdet Ihr heftig kritisiert, aus drei Gründen. Erstens, weil Ihr bis kurz vor dem Verkauf noch Vorverlängerungsaktionen gemacht habt. Zweitens, weil mit dem Verkauf an basefit.ch die Kunden einen Teil des Angebots verlieren (z.B. Wellness und Livekurse.) und basefit.ch auch doppelt so günstig ist. Drittens, weil Ihr nicht kommuniziert habt, dass Ihr den Kunden Rückzahlungen anbietet. Bitte nimm doch kurz zu den drei Anschuldigungen Stellung?

GV: Tatsache ist, dass wir Ende Juli die Verträge unterzeichnet haben und somit die Kunden wie auch die Teams erst am 30. Juli 2018 informieren konnten. Um unnötigen Gerüchten oder Spekulationen zuvor zukommen, wurde das Tagesgeschäft normal aufrecht gehalten. Zu erwähnen ist, dass wir nicht explizit eine Vorverlängerungsaktion gemacht haben, sondern wie in den letzten elf Jahren die Sommerkampagne lief, wovor auch bestehende Kunden profitieren können. Richtig ist, dass bei basefit.ch einige Angebote nicht enthalten sind. Für 98% der Kundinnen und Kunden hat sich die Leistung allerdings nicht wesentlich



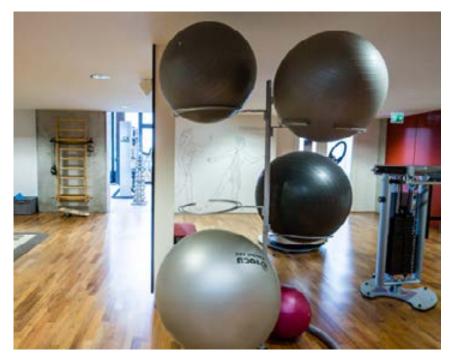
verändert, da diese hauptsächlich das Kraft- und Ausdauertraining genutzt haben. Dazu kommt, dass wir allen Kunden aus Goodwill angeboten haben, bis zum Ablauf der Mitgliedschaft auch bei uns weiterhin trainieren zu können. So sind diese Kunden auf einen Schlag in den Genuss gekommen, in insgesamt 42 Anlagen schweizweit zu trainieren. Ziel war und ist, die Kunden weiterhin zu motivieren, ihr Training fortzuführen. Und wie wir nun auch feststellen, war und ist es für die Kunden eher ein Gewinn, in noch mehr Anlagen trainieren zu können, als das sich das Angebot fundamental geändert hätte. In

Härtefällen haben wir uns von Beginn weg mit den Kunden auseinandergesetzt und nach entsprechenden Lösungen gesucht und auch gefunden.

RG: Wieso ist alles so kurzfristig passiert?

GV: Unser Ziel war es, dass der Deal spätestens per 1. August stattfindet. Da wir wussten, dass basefit.ch Ausund Umbauten bei laufendem Betrieb vornehmen wird, war es uns sehr wichtig, dass diese während den doch sehr viel ruhigeren Sommermonaten stattfinden. Und wie bereits erwähnt,





wurden die Verträge Ende Juli erst unterzeichnet, sodass es zu dieser Kurzfristigkeit gekommen ist.

RG: Hast Du Verständnis für die verärgerten Kunden?

GV: In den letzten 22 Jahren haben wir insgesamt 13 Anlagen übernommen, immer massiv aus- und umgebaut, erneuert und mit vielen neuen Angeboten ausgestattet. Das wurde immer sehr gerne angenommen und da wurden wir auch nie bei einer Konsumentenorganisation lobend erwähnt. Es wurde einfach hingenommen. Nun haben wir erstmalig in unserer Firmengeschichte Anlagen verkauft. Bei zwei Anlagen bleiben die Angebote erhalten, sodass es für die Kunden keine Veränderungen gibt. Bei fünf Anlagen gibt es Anpassungen und da ist es natürlich auch verständlich, dass es Nebengeräusche gibt, welche aber wie erwähnt, sich im sehr kleinen Rahmen bewegen.

RG: Auf Facebook wurdest Du von einer bekannten Persönlichkeit aus der Fitnessindustrie massiv persönlich angegriffen wegen des Verkaufs an basefit. ch. Hast Du für diese Reaktion Verständnis?

GV: Grundsätzlich habe ich keine Probleme damit, wenn sich jemand direkt an mich wendet und mich mit einer Situation oder was auch immer konfrontiert. Diese Art und Weise kann ich leider nicht nachvollziehen, was ich dieser Person auch persönlich mitgeteilt habe. Ich finde es sowieso eine tragische Entwicklung, dass Menschen sich auf sozialen Netzen in der Art und Weise über andere auslassen.

RG: Du hast ein bewegtes Jahr hinter Dir. Zuerst der sehr traurige Tod von Deiner ehemaligen Geschäftspartnerin und Ex-Frau Karin Diethelm. Diesen Sommer hast Du wieder geheiratet. Nun der Verkauf der Hälfte Deiner Center. Und in ein paar Wochen wirst Du zum ersten Mal Vater. Also viel mehr Action mit Hochs und Tiefs kann man wahrscheinlich in so wenigen Monaten nicht haben. Wie hast Du die letzten Monate erlebt?

GV: Das kann in Worte kaum beschrieben werden. Es war im wahrsten Sinne des Wortes eine Berg- und Talfahrt. Wenn Dir innerhalb einer Woche ein Leben genommen und eines geschenkt wird, erkennst Du die wirklich wichtigen und wahrhaftigen Momente im Leben.

RG: Du hast nun selber einen Teil Deiner Center an eine noch grössere Kette verkauft. Was glaubst Du, geht dieser Prozess so weiter? Kaufen die Grossen noch mehr dazu und am Schluss gibt es wie im Detailhandel nur noch ein paar grosse Ketten in der Fitnessbranche?

GV: Es ist unbestritten, dass dieser Prozess noch weiter vorangetrieben wird. Davon bin ich überzeugt.

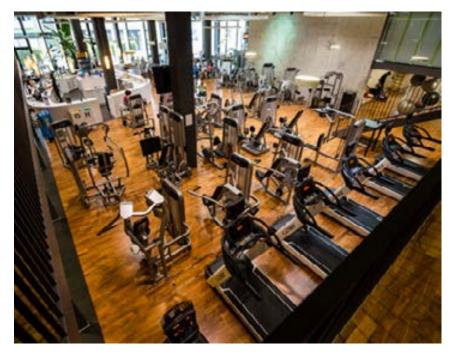
RG: Können grössere Einzelstudios zukünftig noch überleben. Oder werden irgendwann alle Einzelstudios ab 1000 Quadratmeter in den grösseren Einzugsgebieten von den Ketten "gefressen"?

GV: Davon bin ich auch überzeugt. Es braucht jedoch eine klare Positionierung und entsprechenden Einsatz von den Teams; allen voran von den Besitzern.

RG: Du trainierst selber auch sehr viel in Deinen eigenen Studios. Auch Deine Frau arbeitet bei fitnessplus und trainiert viel. Gibt es bei den Verres auch noch etwas anderes als Fitness oder was sind Deine sonstigen Hobbies?

GV: Wir sind leidenschaftliche Fitness-Freaks. Trotzdem gibt es bei uns zum Glück auch noch andere Dinge im Leben. So geniessen wir bspw. das gemeinsame Skifahren, Bootsausflüge und bald unseren Nachwuchs.

RG: Herzlichen Dank für dieses Interview.



# DESIGN, FUNKTIONALITÄT UND STABILITÄT FÜR IHREN ERFOLG





## THE HEXAGON® TRAINING

Sechseckige Muster sind aufgrund ihrer Effizienz in der Natur vorherrschend. Wir sind der Meinung, dass diese Form optimal für Kleingruppen- und Personal Trainings ist.

Das Gerät steht auch ohne Bodenverankerung stabil

Geringe Standfläche für effektives Kleingruppentraining

Optimales Coaching durch den Trainer, da er jederzeit alle Teilnehmer sehen kann

Blickkontakt zwischen den Teilnehmern für mehr Spass und Motivation

Alle Trainingsstationen können an jeder beliebigen Stelle montiert werden

Vielfältige Trainingsmöglichkeiten für die unterschiedlichsten Zielgruppen inkl. Reha-Training

www.inotecfitness.com

inkl. zertifiziertem Präventionskurs nach:

Art. 20 SGB V

BORN IN SWITZERLAND WWW.INOTECFITNESS.SWISS

SLS

Deutschland, Österreich SLS International SA, Germany Office Tel +49 (0) 221-500-55-86-11 - info@sls-int.com



Tel +41 26 684 10 00 - info@tum-sports.com

# SAFS Trainer Forum: Bodyweight Training und Animal Athletics

Das Thema des kommenden SAFS Trainer Forums ist: "Bodyweight Training - Are you fit?". Am 19. Januar 2019 steht im Bildungsinstitut der SAFS das ganzheitliche Training mit dem eigenen Körpergewicht im Fokus. Neben praxisorientierten Workshops, in denen bewährte Grundsätze und neue Erkenntnisse gemixt werden, wird das Trainer Forum wieder mit einem besonderen Fachvortrag gekrönt. Der Sportexperte und approbierte Tierarzt Dr. Fabian Allmacher wird sein ganzheitliches Trainingsprogramm "Animal Athletics" vorstellen.

Das SAFS Trainer Forum vom 19. Januar 2019 beschäftigt sich intensiv mit dem Thema "Bodyweight Training ganzheitliches Training mit dem eigenen Körpergewicht". Zu dem Thema werden drei spannende Vorträge und sechs abwechslungsreiche Workshops gehalten, die sich mit verschiedenen Aspekten des Bodyweight Trainings auseinandersetzen. Den Abschluss des Trainer Forums bildet der umfangreiche Fachvortrag des Sportexperten Dr. Fabian Allmacher. Analog zum Functional Training Summit in München wird der Entwickler des "Animal Athletics" sein Programm auch in Zürich vorstellen. Dabei liefert er interessante Inputs zu natürlichen Bewegungsmustern und präsentiert eine spannende Alternative zum klassischen Bodyweight Training.

### Bodyweight Training als Herausforderung

Bodyweight Training hat zum Ziel, den eigenen Körper auf dem jeweiligen Niveau zu beherrschen. Diese vielseitige Art des Trainings findet unter Fitnessbegeisterten immer mehr Zulauf und liegt im Trend. In den Staaten erlebt das klassische Bodyweight Training gerade ein Revival. Unter dem Namen Calisthenics ist eine stark vernetzte Community entstanden, die auch in der hiesigen Fitnessszene grosse Bekanntheit geniesst. Dadurch hat sich ein Trend am Schweizer Fitnessmarkt etabliert, der Fitness und Personal Trainer vor neue Herausforderungen stellt: Im Zeitalter der Generation YouTube wird neben einem Functional-Bereich im Center natürlich auch die entsprechende Fachkompetenz gefordert. Das SAFS Trainer Forum eignet sich bestens, um "Up-to-Date" zu bleiben, ein Gespür für die Trendentwicklung am Schweizer Markt zu erhalten und um von den Erfahrungen und dem Know-how anderer Kollegen zu profitieren.

# Animal Athletics – ein Fachvortrag von Dr. Fabian Allmacher

Natürliche Bewegungsintelligenz ist uns allen gegeben. Als "Schreibtisch-Tiger" nutzen wir sie nur zu selten. Unter Berücksichtigung dieser Prämisse präsentiert Dr. Fabian Allmacher ein ganzheitliches Trainingskonzept, das dieses intuitive Wissen wieder weckt. Seine Inspiration holt er aus der Tierwelt und appelliert mit seinem Programm an die menschlichen Instinkte der Kindheit. Animal Moves beinhalten alles, was zu einem perfekten funktionellen Training ohne Geräteeinsatz gehört. Sie involvieren eine Vielzahl an Muskeln, Gelenken und faszialen Strukturen. Die Tierübungen trainieren alle Aspekte, die zu einem natürlich fitten Körper gehören und bauen in kürzester Zeit Kraft und Beweglichkeit, Koordination und Ausdauer auf. Dr. Allmacher wird in diesem Zusammenhang die wichtigsten Übungen vorstellen, die unsere natürliche Bewegungsintelligenz reaktivieren. Er wird dabei einen Einblick in sein spannendes Programm bieten.

#### Dr. Fabian Allmacher

Sportexperte Dr. Fabian Allmacher ist approbierter Tierarzt, Personal Trainer und zertifizierter Athletenbetreuer (DAASM). Sein umfassendes medizinisches und trainingswissenschaftliches Wissen setzt er in der täglichen Arbeit als PT und Mannschaftstrainer ein. Er war als Turner und Schwimmer im Leistungssport aktiv und ist seit über 15 Jahren deutschlandweit und international als Trainer, Referent und Ausbilder für renommierte Institutionen im Einsatz. Als Teil des bodyART®-Mastertrainer-Teams hat sich Dr. Fabian Allmacher im ganzheitlichen funktionellen Training etabliert und arbeitet aktiv an der Weiterentwicklung des Erfolgskonzepts mit. Weitere Kompetenzschwerpunkte von Dr. Fabian Allmacher sind Mobility- und Bodyweight-Training.





# Die Fitness-Welt trifft sich im November in Basel!



Im Vorfeld luden die Organisatoren der FitnessEXPO an einem schönen Donnerstagabend im August zum FitnessEXPO Kick-Off und Get-together im Herzen und über den Dächern von Basel ein. Dieser wurde als viraler Werbe- und Marketing Startschuss für die FitnessEXPO im November 2018 genutzt und der Veranstalter konnte über die geplanten Highlights der diesjährigen FitnessEXPO informieren.

Am Wochenende vom 17. und 18. November ist die St. Jakobshalle wieder Schauplatz für das grösste Fitness-Happening der Schweiz. Ein neuer Besucherrekord wird erwartet. Gegen 20'000 Fitness-Fans pilgern zur FitnessEXPO. Die Besucher entdecken neue Produkte, Trends und Brands und nehmen Teil an den grössten Groupfitness-Workouts, die unser Land zu bieten hat. Top-Aussteller zeigen ihre Innovationen aus den Bereichen Fitness Equipment, Fitness Programme, Fitness Food, Fitness Bekleidung und allem was das Fitness Herz begehrt.

### Zumba, Yoga, Jumping & Co.

Im Stundentakt finden auf drei Stages verschiedenste Groupfitness-Workouts statt. Tausende powern sich bei Zumba, Jumping, Spinning oder der grössten Sixpack-Challenge der Schweiz aus. Zudem bringen Sophia Thiel, Pierre Ammann und viele weitere Star-Presenter mit ihren Programmen die St. Jakobshalle wieder zum Schwitzen. Ein neues Highlight des Groupfitness-Programms ist das Dance-Workout mit Motsi Mabuse, bekannt aus der Let's Dance TV-Sendung aus Deutschland.

EXPO-Sonntag bedeutet Yoga & Pilates Day. In insgesamt zwölf Workshops können Yoga-Begeisterte neue Stile ausprobieren und ihr Wissen ausbauen. Die besten Yoga-Coaches werden dafür aus ganz Europa eingeflogen.

### LIPSTICK – Beauty und Lifestyle Convention

Die FitnessEXPO begrüsst in ihren Hallen zum ersten Mal die LIPSTICK Beauty und Lifestyle Convention. In der LIPSTICK-Halle dreht sich dieses Jahr alles rund um die Themen Beauty, Mode und Lifestyle. Besucherinnen können die Neuerscheinungen der Beautywelt testen, sich schminken und stylen lassen. Mit dem FitnessEXPO Ticket haben die Besucher automatisch auch Zutritt zur LIPSTICK Convention. Also 1 Ticket und 2 Mega Events. Die ersten LIPSTICK-Ticket-Käuferinnen werden mit einem Beauty-Goodiebag beglückt.



#### **Erlebe Stars hautnah**

Stars wie Sophia Thiel, Motsi Mabuse, Anja Zeidler, Patrick Reiser oder Bachelorette Adela Smajic und viele mehr stehen in der Meet & Greet Area bereit, um Fragen zu beantworten und Selfies mit ihren Fans zu schiessen.

#### Crossfit-Wettkämpfe

Ein Publikumsmagnet ist der integrierte Crossfit-Event. «Jack the Hopper» holt die internationale Crossfit Elite an den Start. Hunderte feuern die stahlharten Athleten am Fitness-EXPO-Wochenende an.

#### **Fight Night**

Die Fight Night am Samstagabend wird alle angereisten Kampfsport Fans begeistern. Hier finden 3 MMA, 3 K1 und 3 Boxkämpfe in der St. Jakobs Arena statt. Top Kämpfer aus fünf Ländern stehen sich gegenüber und kämpfen um Sieg und Ehre. Fight Night-Besucher haben in ihrem Ticket die ganze FitnessEXPO und LIPSTICK inbegriffen.

#### **Fitness Gladiator Halle**

Der Fitness Gladiator bringt den Ninja TV-Show Trend Hindernis-Parcours direkt in Sport- und Freizeitanlagen. Du wolltest schon immer wissen wie sich die Hindernis-Runs aus dem TV anfühlen? Hier bekommst du die perfekte Gelegenheit!

#### **B2B Networking - Powered by FITNESS TRIBUNE**

Das Netzwerktreffen der FITNESS TRIBUNE am Samstag mit Top-Referent Andreas Bredenkamp und Roundtables sowie zahlreich anwesenden Opinion Leaders der Fitnessbranche ist definitiv ein weiterer Leckerbissen an der diesjährigen FitnessEXPO (mehr Infos auf Seite 28).

www.fitnessexpo.ch







# Ein neuer PRIME TIME fitness Club der Kategorie Gold



Am 30. August 2018 war es endlich soweit: PRIME TIME fitness öffnete die Pforten des zweiten Münchener Fitnessclubs in Bestlage, direkt am Viktualienmarkt!

Auf dem ersten Blick scheinen die PRIME TIME fitness Clubs der Gold-Kategorie grundverschieden: Der MAIN TOWER als höchster Fitnessclub Europas in fast 200 Meter Höhe und der Trainingsclub am Viktualienmarkt im Keller einer alten Gurkeneinlegefabrik. Was beide aber definitiv gemeinsam haben, ist der sofortige Wow-Effekt beim ersten Besuch!

Knapp 300 Gäste wollten am Eröffnungstag die Ersten sein, die den neuen Club zu Gesicht bekommen. Im hellen Empfangsbereich mit grosser Glasfassade wurden sie vom Member Management des Clubs mit einem Gläschen Sekt empfangen. Über die alte, steinerne Treppe ginge es dann in das Untergeschoss des Clubs. Wer jetzt vermutet, dass Keller für eine drückende, dunkle Stimmung stehen, der irrt!

Im Untergeschoss erwarteten die Besucher vier Meter hohe Decken und hell-gebeizte Backsteinwände, die auf dem noch ursprünglichen Betonboden stehen, der lackiert mit Klarlack für ein modernes Ambiente sorgt.

Die einstige Gurkeneinlegefabrik hat ihren Charme bis heute nicht verloren. nur ihre Funktion hat sich gewandelt. Denn heute erwartet die Mitglieder von PRIME TIME fitness auf 700 m2 eine Trainingsfläche, die keine Wünsche offen lässt: Die hochwertigsten Geräte von Hammer Strength, Eleiko und Co. warten nur darauf. benutzt zu werden. Auch der hochmoderne, chipgesteuerte Milon-Zirkel glänzt nagelneu.

Durch Glaseinsätze in der Decke kommt sogar Tageslicht in den grosszügigen Kellerbereich und auch die durchdachte Beleuchtung setzt den Club in Szene.

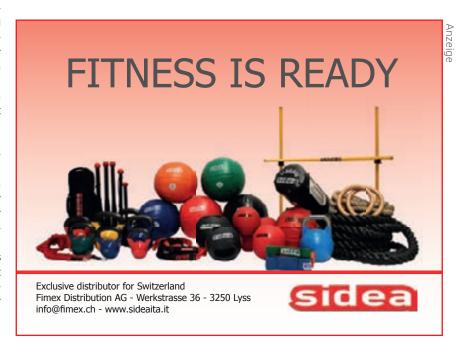
Bis in die frühen Morgenstunden wurde hier ausgelassen gefeiert und der nun

neunte PRIME TIME fitness Club in der Familie willkommen geheissen! Besonders freute sich Geschäftsführer und Gründer Henrik Gockel darüber, dass viele Gäste aus dem Sport und der Fitnessbranche zu Gast waren.



Henrik Gockel mit den Verantwortlichen des FSV Frankfurt

Die hervorragende Lage, die erstklassige Ausstattung und nicht zu vergessen das überdurchschnittlich ausgebildete Trainingspersonal überzeugen bei jedem Besuch. Mit dem PRIME TIME fitness Club am Viktualienmarkt ist auch hier wieder ein Trainingsclub entstanden, bei dem der Atem stockt!



# RÜCKEN THERAPIE CENTER

by Dr. WOLFF

Das Erfolgsmodell zur Neukunden-Gewinnung

Effizient • Erfolgreich • Profitabel

### **Das Konzept**

- von A bis Z durchdachte Betreibermodelle zur Integration einer Rückentherapie in ein Trainings-Center
- standardisierte Prozesse und Abläufe für eine erfolgreiche Umsetzung
- laufende Unterstützung und Betreuung durch Experten
- Gebietsschutz

### **Effiziente Therapie**

• erprobte Therapiepläne

• 1-Jahres Rückenprogramm – von der Therapie ins Training

### **Erprobtes Marketing**

- zielgruppengerechte Marketingkampagnen
- vielfältige Werbematerialien



Multifidus-Trainer



Transversus-Trainer



Standing-Stabilisation



Lateral-Shifting







Weitere Informationen finden Sie unter **www.domitner.com** 

# Stars und Skills



Anna Gasser: Weltmeisterin und Olympiasiegerin im Big Air

kommen die rot-weiss-roten Wintersport-Stars! Also gaben sich in Linz eine Woche lang Olympiasieger und

Wenn Technogym ruft... dann Weltmeister die Klinke in die Hand, stand doch das grosse Shooting für die Saison 2018/2019 auf dem Programm. Mit dabei: ein prominenter

Neuzugang im hochkarätigen Markenbotschafter-Aufgebot des italienischen Premium-Herstellers von Fitnessgeräten. Snowboarderin Anna



Neue Technogym Markenbotschafterin Anna Gasser



Gottfried Wurpes, CEO von the fitness company mit Anna Gasser, österreichische Snowboarderin

Gasser verstärkt das Team um Marcel Hirscher und Anna Veith.

Die Kärntnerin hat in ihrer Karriere bereits alles gewonnen, wurde in Pyeongchang 2018 Olympiasiegerin im Big Air. Die Zusammenarbeit mit Technogym ist für die Freestylerin der logische nächste Schritt auf der Karriereleiter. "Mit Technogym hebe ich mein Training auf ein noch professionelleres Level. Speziell im Kraftbereich kann ich mich verbessern, um die harten Landungen sicherer stehen zu können", fliegt "Air" Gasser bis zu 50 Meter durch die Luft — spektakuläre Rotationen in alle Richtungen inklusive.

"Mein Lieblingsgerät ist das Skillbike, weil ich nach dem Training die Beine auslockern kann. Die neuen Skilltools sind perfekt für Koordinations- und Balance-Training. Neben der Funktionalität gibt es von mir auch fürs Design Bestnoten", so die Überfliegerin weiter.

Gottfried Wurpes, CEO von the fitness company in Leonding und seit mehr als 25 Jahren Repräsentant von Technogym in Österreich, freut sich auf die Zusammenarbeit mit der "Sportlerin des Jahres 2017": "Anna Gasser ist nicht nur Olympiasiegerin und ein sportliches Ausnahmetalent, son-



Marcel Hirscher: zweifacher Olympiasieger und siebenfacher Gesamtweltcupsieger



Anna Veith: dreifache Olympiasiegerin und zweifache Gesamtweltcupsiegerin

dern auch eine äusserst sympathische Persönlichkeit. Dazu in ihrer Sportart ein Aushängeschild, international erfolgreich, höchst professionell und authentisch — damit passt sie perfekt in unser Markenbotschafter-Team."

Bereits in Top-Form präsentierten sich die Top-Stars. Marcel Hirscher konnte in der Sommer-Vorbereitung ordentlich Kraft tanken. "Qualität statt Quantität" lautet das Motto des Doppel-Olympiasiegers nachdem er Anfang Juli bekanntgegeben hatte, dass er zumindest eine Saison weiterfährt. "Ich bin motiviert, wieder Rennen zu fahren. Körperlich ist alles top, mental habe ich mich auch sehr gut erholt. Und dann habe ich gesagt: Die Liebe zu dem Sport ist wahnsinnig gross, ich bin noch nicht bereit, damit aufzuhören", möchte der 29-Jährige seinen 8. Gesamt-Weltcup in Folge gewinnen. Nicht wegzudenken aus dem täglichen Training des Alpin-Superstars, der im Oktober erstmals Vater wird, sind Hantelstange und Skillmill. "Ich gehe auch im Training gerne ans Limit — und da ist die Skillmill mit unglaublich vielen Möglichkeiten das perfekte Gerät."

Anna Veith ist schon wieder heiss auf den Winter. "Je länger das Aufbautraining für die Saison dauert, desto mehr fiebere ich natürlich dem Schnee und dem Skifahren entgegen." Der Sommer der Olympia-Silbernen von Pyeongchang war in zwei Phasen aufgeteilt: der körperliche Aufbau und seit Mitte August das Training auf Schnee. "Im Krafttraining geht es darum, Maximalkraft und Kraftausdauer zu verbessern. Für den schnellstmöglichen Riesentorlauf-Schwung trainiere ich Maximalkraft, die Kraftausdauer brauche ich dann, um den gesamten Lauf entsprechend durchziehen zu können", muss die Salzburgerin im Rennen um die 50 Schwünge in Maximal-Belastung fahren. "Je besser, desto schneller bin ich im Ziel."

Deshalb findet man Veith im Kraftraum vorwiegend am Technogym-Rack, wo sie ihre Lieblingsübung absolviert: Kniebeugen in allen Variationen. "Kniebeugen sind essentiell für den Skisport — und ich mag sie wirklich. Es ist eine absolute Ganzkörperübung." Am Ende des Aufbaus legt sie dann in der Maximalkraft 110 Kilogramm auf.

Top-motiviert für die neue Saison sind auch die Markenbotschafter Eva-Maria Brem, Julian Eberhard, Dominik Landertinger, Michael Matt und Max Franz. Fotografiert wurde auf den Geräten der SKILL-Line: Skillbike, Skillrun, Skillrow und Skillmill, aber auch mit den brandneuen Skilltools. Diese unterstützen die Athletinnen und Athleten beim Training vom Warm-Up bis zum Cool-Down und in den Bereichen Kraft, Ausdauer, Speed und Beweglichkeit. Für Gottfried Wurpes ist das Shooting mit den Wintersport-Stars auch ein wichtiger Erfahrungsaustausch. "Wir leben die Partnerschaft mit unseren Athletinnen und Athleten und lassen das Feedback der Olympiasieger und Weltmeister in die Weiterentwicklung unserer Produkte einfliessen."

Photocredit: Technogym Austria



Biathleten Dominik Landertinger und Julian Eberhard



Michael Matt: zweifacher Olympiasieger

### Zum Präventionsspezialisten qualifizieren



Wer sich oder seine Mitarbeiter zum Präventionsspezialisten qualifizieren möchte, für den empfiehlt sich das duale Bachelor-Studium Gesundheitsmanagement an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement DHfPG. Dabei erlernen Studierende Präventionsmassnahmen in den relevanten Handlungsfeldern Bewegung, Ernährung und Stressbewältigung/Entspannung zu entwickeln und die Gesundheit verschiedener Personen und Personengruppen aktiv zu managen. Das duale Bachelor-Studium an der DHfPG beinhaltet ein Fernstudium mit kompakten Präsenzphasen (zwei bis vier Tage alle vier bis sechs Wochen) sowie eine betriebliche Ausbildung. In den Präsenzphasen, die an einem der Studienzentren der DHfPG wie zum Beispiel in Zürich stattfinden, vertiefen die Studierenden die Studieninhalte und können sie direkt im Anschluss im Betrieb umsetzen. Die Absolventen betreuen beispielsweise Mitglieder in Fitness- und Gesundheitsstudios professionell beim Aufbau und der Beibehaltung eines gesundheitsförderlichen Lebensstils und unterstützen so eine nachhaltige Änderung des individuellen Gesundheitsverhaltens. Betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse sowie Kompetenzen in Marketing, Vertrieb und Service ermöglichen ein dienstleistungsorientiertes und ökonomisches Handeln. Durch diese Kombination können Fitness- und Gesundheitsunternehmen den Studierenden mit fortlaufender Studiendauer verantwortungsvolle Aufgaben übertragen. Des Weiteren können die dual Studierenden aufgrund geringer Abwesenheitszeiten im Betrieb langfristige Projekte übernehmen.

Alle Infos unter www.dhfpg.de/bgm

### Online-Infoveranstaltungen nutzen

Einmal pro Monat führt die private staatlich anerkannte Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement DHfPG eine Online-Infoveranstaltung durch, bei der sich Studieninteressierte sowie Studioinhaber als potenzielle Ausbildungsleiter über die Hochschule und ihre Studiengänge informieren können. Sie können sich mit der Online-Infoveranstaltung bequem vom PC oder Notebook aus über die fünf Bachelor- und vier Master-Studiengänge informieren. Angefangen beim Studiensystem und Studienverlauf bis hin zu den Studieninhalten und allgemeinen Infos über die Deutsche Hochschule erhalten sie einen Überblick zu allen wichtigen Themen.

Alle Termine unter www.dhfpg.de/veranstaltungen



# Neuer BSA-Praxisworkshop: Mit Online-Marketing neue Kunden generieren

Für Fitness- und Gesundheitsanlagen ist Online-Marketing eine wichtige Quelle zur Gewinnung von Interessenten und somit Kunden. Aber auch zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und des Gesamtimages kann erfolgreiches Online-Marketing beitragen. Insbesondere für diejenigen, die mit Online-Marketing starten wollen, hat die BSA-Akademie den eintägigen Praxisworkshop "Erfolgreiches Online-Marketing für Fitnessanbieter" entwickelt. Der neue eintägige Praxisworkshop bietet Fitness- und Gesundheitsanbietern ganz konkrete Hilfestellungen für die Online-Vermarktung. Hier lernen Teilnehmer beispielsweise, wie sie online kostenlos Reichweite dazu gewinnen und in zahlende Mitglieder umwandeln.

Eröffnungsangebot: Im Zeitraum vom 1. September bis 31. Oktober 2018 wird bei allen Anmeldungen ein Preisnachlass von 20 Prozent gewährt (199 EUR statt 249 EUR).

Alle Infos unter www.bsa-akademie.de/online-marketing



# Mit den KEINEN richtig GROSSEN

**Aktionszeitraum 01.10. – 30.11.2018** 

Umsatz machen!



# **DIE TRINKFLÄSCHCHENAKTION IM HERBST 2018**

Bestellen Sie noch heute unser attraktives Aktionspaket und sichern Sie sich attraktive Rabatte und ein aufmerksamkeitsstarkes Werbemittelpaket für Ihren POS.

Jetzt gleich bei Ihrem INKO-Außendienstmitarbeiter anfordern oder anrufen unter 0 61 93 59 555.



monoppur poot

f/inkospor

www.inkospor.com

# Verkauf von fünf fitnessplus-Filialen an basefit.ch



#### Von Roger Gestach

Der Kassensturz, viele Zeitungsberichte und ein grosser Aufschrei in der Branche über den Verkauf von fünf fitnessplus-Filialen an basefit.ch. Eine bekannte Persönlichkeit aus der Fitnessindustrie hat sogar auf Facebook wörtlich geschrieben: "Lieber Giusi, eine Schande für die Schweizer Fitnessbranche! Ich bin masslos enttäuscht und für die ganze Branche ist es ein Rückschlag, was Glaubwürdigkeit und Vertrauen angeht. Ich hoffe, der Schweizer Fitnesscenter Verband reagiert. Ein Trauerspiel für die gesamte Branche, die jahrelang an ihrer Glaubwürdigkeit gearbeitet hat. Jeder, der solche Aktionen unterstützt, auch die Herren von der Fitnessindustrie, muss man in Frage stellen... traurig aber wahr!"

Wie Giusi Verre im Interview (ab Seite 48) erklärt, war die Kommunikation für den Verkauf seiner Center sehr kurzfristig. Ich persönlich habe deshalb Verständnis für die Kunden, welche sich geärgert haben. Unverständnis habe ich aber für das Geschrei in der Branche selber. Ist es denn eine

Schande, seine Premiumcenter an einen Discounter zu verkaufen?

Keiner in der Branche reklamiert, wenn ein Center sich neu auf Gesundheit positioniert, dabei den Workout-Bereich verkleinert oder Spinning aus dem Angebot wirft. Auch sind die Reaktionen ruhiger, wenn ein Einzelunternehmer sein Center an Migros verkauft. Aber wehe es verkauft einer sein Premiumcenter an einen Discounter, dann schreien alle auf! Ist denn Discount schlecht? Ich finde nicht!

In unserer Gesellschaft steht wirtschaftliches Wachstum für Erfolg, folglich wird ein Abbau als negativ angesehen. In den meisten Fällen treffen Unternehmen diese Entscheidung, wenn es ihnen finanziell nicht gut geht. Giusi Verre hingegen beteuert, dass dieser Entscheid nicht aus einer finanziellen Not heraus getroffen wurde, sondern vielmehr aus privaten Gründen. Der Verlust seiner langjährigen Geschäftspartnerin und Ex-Frau, die im Februar ihrer Krebserkrankung erlag, hat ihn zum Nachdenken

gebracht und er musste feststellen, dass im Leben nicht nur die Arbeit zählt. Mit dem Wachstum der letzten Jahre hatte er seine Grenzen als Alleinunternehmer erreicht und er konnte nicht mehr den Standard bieten, den er wollte, die Qualität hat gelitten. Giusi Verre gibt die Hälfte seines Unternehmens sicherlich nicht leichtfertig ab. Nein, ein solcher Schritt braucht Mut. Somit sollten wir alle ihm Respekt vor solch einer schwierigen Entscheidung erweisen.

Ebenfalls erklärt Giusi Verre im Interview, dass der Markt sehr dynamisch sei und weiterhin bleibe. Auch ich bin überzeugt, dass wir in den kommenden Jahren noch viele grössere Veränderungen miterleben dürfen. Es wird also noch die eine oder andere Centerübernahme geben, auch unter den Ketten. Die Grafik ist nun ein Jahr alt. Inzwischen gibt es Silhouette nicht mehr, sie wurde von der Migros gekauft und in Activ Fitness umbenannt. Ich bin mal gespannt, wie die Grafik in einem Jahr aussehen wird.

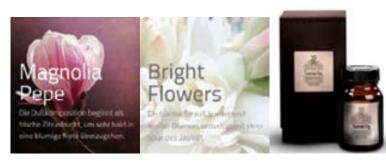
# Professionelles Duftmarketing erschafft einen Mehrwert für Kunden und Besucher auch in den verschiedenen Bereichen der Fitnessstudios!



Düfte sind aus unserem Alltag kaum mehr wegzudenken. Sie sind in der Lage, Stimmungen und Wohlbefinden rung verknüpft und Erinnerungen geweckt. Durch den Einsatz von Duftmarketing wird ein starker Wiederfür jedes Einsatzgebiet. Das Sortiment reicht von stimmungserzeugenden, über aktivierende bis hin zu entspannenden Aromanoten.

Für die natürliche Verbreitung der Düfte sorgen einfach zu bedienende Aromamaschinen, die im jeweiligen Einsatzgebiet von 100 bis 1000 Quadratmetern gezielt platziert werden können. Es werden mobile wie auch Wand- und Duftgeräte für die Belüftungsanlage in verschiedenen Designs angeboten. Alle Duftgeräte sind hundertprozentig servicefrei!

Unsere Duftöle sind frei von chemischen Zusätzen, hergestellt aus besten Zutaten höchster Qualität. Die hochkonzentrierten Duftmischungen und die fortschrittliche Mikropartikel-Zerstäubertechnologie garantieren einen sehr sparsamen Verbrauch bei gleichzeitig langanhaltender Raumbeduftung. So liegt der durchschnittliche Verbrauch eines kleinen 200 Milliliter Duftflakons bei ca. 100 Tagen. Alle unsere Düfte erfüllen die aktuellen Europäischen Regularien wie IFRA, CLP und REACH.





von Menschen positiv zu beeinflussen.

Düfte eignen sich deshalb perfekt, um öffentlichen Räumen eine persönliche Note zu verleihen. Sie sollten gut auf die Zielgruppen abgestimmt und dezent eingesetzt werden, um das Gesamtambiente subtil zu unterstreichen und die Markenbindung zu stärken.

Über die Atmung gelangen Düfte und Gerüche direkt ins Hirn. Das Nervensystem wir dabei stimuliert, was Hormone freisetzt und so die eigene Stimmung positiv zu beeinflussen vermag.

Mit Düften werden jedoch auch Erfah-

erkennungswert generiert, was die Unternehmensmarke signifikant stärkt und das allgemeine Wohlbefinden der Zielgruppen erhöht.

Wollen Sie Ihre Kunden im Welcomeoder Wellnessbereich mit einem besonderen, auf Ihr Unternehmen abgestimmten Duft beeindrucken, in den Trainingsräumen ein aktivierendes, beflügelndes Klima erwirken oder in den Umkleideräumen schlechte Gerüche eliminieren?

freshcompany gmbh bietet mit ihren hochwertigen, professionellen Aromalösungen das passende Duftkonzept Zögern Sie nicht und lassen Sie sich in unsere Welt der professionellen firstclass Düfte entführen.

Tel. +41 41 756 00 10 www.freshcompany.ch



# Der Einfluss von Reduktionsdiäten auf die Muskelmasse und die Gesundheit



Die Anzahl übergewichtiger und adipöser Personen steigt in unserer Gesellschaft kontinuierlich an. Als wesentliche Ursache ist hyperkalorische Kost (Energieaufnahme ist grösser als der Energieumsatz) zu benennen.

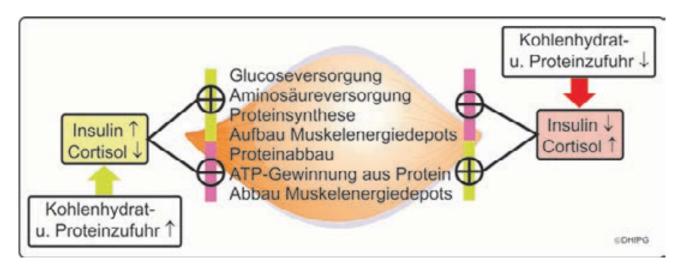
Mit dem erhöhten Körpergewicht, insbesondere dem erhöhten Körperfettanteil, steht eine Reihe von Erkrankungen in Verbindung. Eine Körpergewichts- bzw. Körperfettreduktion ist daher im Rahmen der Prävention und Therapie dieser Erkrankungen als notwendig anzusehen.

Häufig angewendete Massnahmen zum Körperfettabbau sind Reduktionsdiäten. Problematisch erweist sich dabei, dass neben dem Fettgewebe u. a. auch fettfreie Masse, vor allem Skelettmuskulatur, abgebaut wird. Der Muskel-

masseabbau wiederum lässt sich als gesundheitlich ungünstig bewerten.

### Stoffwechselphysiologie des Muskelabbaus

Der Muskelabbau beginnt mit der Entleerung seiner Energiespeicher. Nachfolgend werden an der Muskelkontraktion beteiligte Proteine abgebaut und letztlich ganze Muskelzellen irreversibel geschädigt. Wie stark der Mus-



**Abbildung 1:** Einfluss der Ernährung auf die Aktivitäten der Hormone Insulin und Cortisol sowie deren Bedeutung für den Muskelmasseaufbau und -abbau.

kelabbau ausgeprägt ist, ist von der Höhe der Energierestriktion und der Dauer der Reduktionsdiät abhängig.

Die Restriktion der Nahrungsenergie erfolgt durch die Verminderung der Zufuhr an Makronährstoffen. Einhergehend mit der Verminderung der Aufnahme von Protein und Kohlenhydraten sinkt die Bildung des Hormons von Insulin ab. Dadurch besteht für die Gegenspielerhormone des Insulins, wie z. B. Cortisol, Wachstumshormon und Glucagon, die Möglichkeit, verstärkt zur Wirkung zu kommen. Die Verminderung der Insulinaktivität und die Steigerung der Cortisol-Aktivität fördern gleichermassen den Muskelabbau.

Muskelmasse zu verlieren, erweist sich für die Überlebensfähigkeit des Organismus in Hungerszeiten als günstig. Denn mit verminderter Muskelmasse reduzieren sich der Grundumsatz und das Potenzial, auch in körperlicher Ruhe Fett verbrennen zu können. Das schützt die Fettdepots

vor zu schnellem Abbau und zögert den Hungertod hinaus. Jedoch darf der Protein- und Muskelabbau nicht dermassen stark ausgeprägt sein, dass ein Funktionsverlust des Körpers zum Tod führt, bevor die Fettdepots verbraucht worden sind.

Im Hunger fördert Cortisol zur Energiebereitstellung den Abbau körpereigener Proteine zur Bildung von ATP, Glucose oder Ketonkörpern. Auch auf diese Weise kann Fett als Energiequelle eingespart werden.

Damit der Muskelproteinabbau kein lebensgefährliches Niveau erreicht, muss die katabole Wirkung des Cortisols mittelfristig begrenzt werden. Diese Aufgabe kommt im Hungerstoffwechsel dem Wachstumshormon zu. Es schützt Proteinstrukturen vor dem übermässigen Abbau. Zudem sinkt der Cortisolspiegel mit der Dauer des Hungerns wieder moderat ab. Zu begründen ist diese Beobachtung mit der Umstellung des Gehirns von Glucose- auf Ketonkörpernutzung.

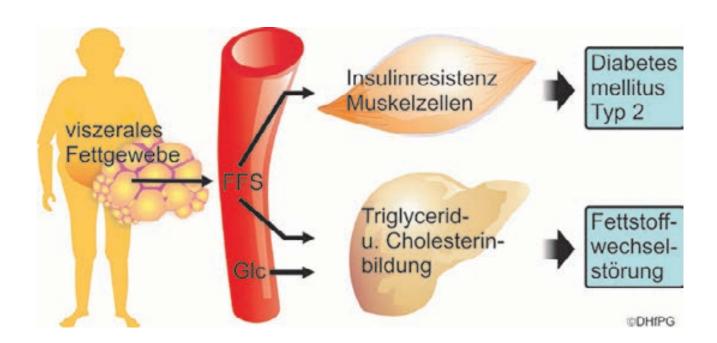
Dadurch braucht es weniger Protein zur Bildung von Glucose.

### Gesundheitliche Folgen des Muskelabbaus

Der Muskelmasseabbau zum Schutz der Fettdepots bedeutet gleichzeitig eine geringere Effektivität der Reduktionsdiät. Das erzeugte Energiedefizit erweist sich nun weniger effektiv auf den Körperfettabbau. Auch dadurch bedingt, verlangsamt sich die Körperfettreduktion und mündet in einer Plateauphase.

Umgangssprachlich wird diese Situation als Stoffwechselverlangsamung bezeichnet. Sie stellt vorerst kein gesundheitliches Risiko dar. Problematisch erweist sich jedoch der häufig folgende Wiederaufbau der reduzierten Körpermasse. Denn nach Abbruch der Reduktionsdiät und mit dem Rückfall ins alte Essverhalten wächst vor allem das Fettgewebe rasch an.

Es konnte beobachtet werden, dass der Wiederaufbau mit einer ungüns-



**Abbildung 2:** Das viszerale Fettgewebe ist hoch stoffwechselaktiv. Bei Stress werden die gespeicherten Fette rasch zu Glycerol und freien Fettsäuren (FFS) gespalten. Die FFS stören den Insulinrezeptor der Muskelzellen, wodurch Insulinresistenz und Diabetes mellitus Typ 2 bedingt werden. Die nicht mehr von den Muskelzellen aufgenommene Blutglucose (Glc) wird zusammen mit den FFS zur Fettsynthese in der Leber verwendet. Von der Leber ins Blut abgegeben steigt der Cholesterinund Fettspiegel im Blut an, was langfristig Hirnschlag und Herzinfarkt begünstigt.

tigen Umverteilung des Körperfettgewebes einhergeht. Der Verringerung des Unterhautfettgewebes folgt ein Zuwachs an Innenbauchfettgewebe. Letzteres fördert die Entstehung von Stoffwechselerkrankungen mit der möglichen Spätfolge von Hirnschlag und Herzinfarkt.

Der Wiederaufbau von Fettgewebe und dessen ungünstige Umverteilung sind desto stärker ausgeprägt, je mehr Muskelmasse als Folge der Reduktionsdiät verloren gegangen ist.

Ungesund ist es zudem, wenn verloren gegangene Muskelmasse im Anschluss an eine Reduktionsdiät nicht wieder aufgebaut wird. Nicht selten bedingt wiederholtes Diäthalten stetigen Muskelabbau im Verlauf der Jahre. Der Aufwand, Fettgewebe reduzieren zu wollen, erweist sich dadurch als zunehmend grösser, bei gleichzeitig abnehmendem Erfolg. In der Regel geht diese Situation anstatt einer Körperfettreduktion mit wachsendem Fettgewebe einher, wodurch das Risiko für Erkrankungen bzw. der Schweregrad bestehender Erkrankungen, weiter zunimmt.

Im Seniorenalter unterliegt der Organismus verstärkt katabolen Prozessen. Letzten Endes bedingt diese Katabolie den Verbrauch der körperlichen Reserven und Funktionsstörungen der Organe, welche zum Tod führen. Der zusätzlich diätbedingte Muskelabbau erhöht das Risiko vorzeitigen Ablebens. Ursache dafür sind u. a. Kraftverlust, Immobilität, Koordinationsschwierigkeiten und Stürze mit Knochenfrakturen.

### Verminderung des diätbedingten Muskelmasseverlustes

Realistisch gesehen ist es kaum zu erwarten, dass die Muskelmasse vollständig erhalten werden kann. Ein gewisser Anteil an Körperprotein bei einer Energierestriktion immer der Katabolie unterliegt. Das Ausmass kann jedoch beeinflusst werden. Eine Körpergewichtsreduktion sollte daher ein Massnahmenspektrum berücksichtigen, welches den Muskelmasseabbau zu minimieren hilft.

### Praxistipp: Einfluss von Ernährungsmassnahmen

Wie stark der Abbau körpereigener Proteine ausgeprägt ist, hängt in erster Linie von der Höhe der Energierestriktion ab. Moderate Reduktionen von bis zu 500 kcal täglich bergen ein geringes Risiko. Je höher die eingesparte Energiemenge darüber hinaus ansteigt, desto stärker kann der Proteinabbau forciert werden.

Der Proteinanteil der hypokalorischen Kost stellt eine weitere wesentliche Grösse auf die Muskelmasseentwicklung dar. Die Studienlage zeigt kein eindeutiges Bild, aber in einigen Veröffentlichungen konnte der Muskelmasseverlust mithilfe einer erhöhten Proteinzufuhr von 1,5–2 g/kg Körpergewicht pro Tag reduziert werden.



Jan Prinzhausen

Der Ernährungswissenschaftler verfügt über langjährige Praxiserfahrung in der Ernährungsberatung von unterschiedlichen Zielgruppen. Als Dozent der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement/BSA-Akademie bildet er u. a. Mitarbeiter aus Fitness- und Gesundheitseinrichtungen als professionelle Ernährungsberater aus. Er hat bereits mehrere Fachbücher im Ernährungsbereich veröffentlicht (z.B.: "Erfolgreich mit Ernährungsberatung. Durchführung, Beispiele, Tipps und Tricks") und hält regelmässig Vorträge auf Fachkongressen und anderen Veranstaltungen.

www.dhfpg-bsa.de

### Praxistipp: Einfluss von körperlicher Betätigung

Langzeitige Ausdauerbelastungen mit hoher Intensität, sind dem Muskelerhalt weniger zuträglich. Denn bei verminderter Energie- und Kohlenhydratzufuhr erfordert die Stabilisierung des Blutzuckerspiegels ebenfalls den Abbau von Proteinen. Moderate Ausdauerbelastungen hingegen verhindern die übermässige Mobilisierung von Muskelprotein, da in dieser Situation überwiegend Fett zur Energiebereitstellung herangezogen wird.

Optimal scheint Kraftsport zu sein. Hier zeigt die Studienlage bessere Erfolge bzgl. der Vorbeugung des Abbaus fettfreier Masse. Kraftsport bedingt anabole Reize in den Muskelzellen, welche den katabolen Reizen der Reduktionsdiät entgegenwirken.

Den Darstellungen nach, könnte sich die Kombination von Kraftsport und proteinbetonter Kost als besonders muskelschützend erweisen.

#### Literatur

Carbone, J.W., James P. McClung, J.P., & Pasiakos, S.M. (2012). Skeletal Muscle Responses to Negative Energy Balance: Effects of Dietary Protein. AdvNutr, 3(2), 119–126.

Chomentowski P, Dubé JJ, Amati F, Stefanovic-Racic M, Zhu S, Toledo FG, Goodpaster, B.H. (2009). Moderate exercise attenuates the loss of skeletal muscle mass that occurs with intentional caloric restriction-induced weight loss in older, overweight to obese adults. J Gerontol A BiolSci Med Sci, 64(5), 575-80.

Dulloo, A.G., Jacquet, J. &Montani, J.P. (2012). How dieting makes some fatter: from a perspective of human body composition autoregulation. Proceedings of the Nutrition Society, 71, 379–389

### Herbstfreude im Duo: Sportmesse Salzburg und Kulinarik Salzburg 2018!



Am 29. und 30. September drehte sich im Messezentrum Salzburg alles um die weite Welt des Genusses und die Vielfalt der Bewegung! Die Sportmesse Salzburg und die Kulinarik Salzburg boten ein buntes Herbstprogramm und fanden auch 2018 zeitgleich im Messezentrum Salzburg statt. Für das Messedoppel galt: "1 Ticket = 2 Messen". Workshops im Innen- und Aussenbereich, Vorträge sowie ein umfangreiches Mitmachprogramm auf vier Bühnen erwarten die Besucher.

Eintauchen in den Facettenreichtum der Gaumenfreuden hiess es auf der Kulinarik Salzburg. Hier fanden sich leckere Schmankerl, regionale Köstlichkeiten, Exotisches aus aller Welt und vieles mehr.

### Österreichs bewegendstes Sport-Publikumsevent

Alle Bewegungsfreudigen waren auf der Sportmesse Salzburg zu einem Mitmacherlebnis besonderer Art eingeladen. Neben Geräteneuheiten und innovativen Konzepten für Trainingsformen sowie interessanten Produkten aus der Nahrungsergänzung und dem Sportequipment wurden die Bereiche Wellness, Sportmedizin, Aus- und Fortbildung, Physiotherapie sowie Prävention und Regeneration in diesem Jahr erweitert. Fun- und Trendsportarten konnten vor Ort unter Anleitung ausprobiert werden. Wer noch auf der Suche nach dem passenden Equipment oder funktionaler Bekleidung war, konnte sich direkt vor Ort beraten lassen und einkaufen.

Auf der Bühne führten spannende Vorträge zu den Themen Training, Ernährung, mentale Fokussierung und Innovationen aus der Welt des Sports die Besucher in neues Wissen ein!

Ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm auf der CONVENTIONBÜHNE, der Boulderjam des Alpenvereins Kuchl, der Crossfit AUSTRIAN CHAMPIONS DAY 2018 und die indoorCYCLE-Radergometer-Charity von sport-oesterreich.at garantieren Bewegung, die begeisterte.





Fit<sup>2</sup> GmbH | Zürcherstrasse 102 | CH-8852 Altendorf | Tel. +41 58 580 02 02 | info@fit3.ch

# Lauter Supermans und Superwomans in der Fitnessbranche

### Warum Konzentration das unbedingte Credo der Zukunft ist

Aktuell hört man es überall in der Branche: Wie sollen wir als inhabergeführtes Fitnesscenter überleben neben den "Grossen". Seien dies die grossen Kettenbetriebe oder seien dies die grossen Günstiganbieter. Wir alle wissen es – Superman und Superwoman sind Phantasiefiguren, welche mit der Realität gar nichts gemein haben. Das wirtschaftliche Überleben soll sich nicht an Phantasiefiguren orientieren, sondern an marktwirtschaftlichen Fakten. In der letzten FITNESS TRIBUNE habe ich zum Thema Kundenbetreuung geschrieben – ein Teil des langfristigen Erfolges.

Jede Firma benötigt ein Geschäftsmodell, was nicht dasselbe ist wie die Strategie. Dem Geschäftsmodell sind drei wichtige Fragen hinterlegt, welche Peter Drucker schon vor einiger Zeit definiert hat:

- Welchen Nutzen bieten wir den Kunden und unseren Partnern?
- · Wie erbringen wir diesen Nutzen?
- Wie verdienen wir unser Geld oder wofür bezahlt uns der Kunde?

Drei einfache Fragen — die Beantwortung ist aber nicht so einfach. Der Nutzen ist im Grundsatz klar: Unsere Kunden sollen mit genügend Kraft schmerzfrei und eigenständig durch das Leben gehen. Damit einher geht eine hohe Lebensqualität bis in das hohe Alter. Das war und ist es noch heute die Kernkompetenz eines Fitnesscenters. Nur — tun wir das auch wirklich? Oder ist uns das "Nebengeschäft" wie Shakeverkauf oder Wellness wichtiger, weil weniger aufwändig? Hier den Fokus richtig zu setzen, ist "die halbe Miete". Die Kieser Gruppe ist unter anderem deshalb so erfolgreich, weil sie den Rücken ins Zentrum aller Bemühungen stellt und alles darauf ausrichten. Alles Überflüssige wird eliminiert.



Peter Regli

ist Buchautor, Dozent und Referent. Er doziert an diversen Ausbildungsinstitutionen und bietet Workshops im Bereich Gesundheitsmanagement und Strategieentwicklung für kleinere Unternehmen an. Individuelle Themen bietet er als Inhouse-Schulungen oder als Online-Coaching für Menschen und Unternehmen an. Sie erreichen ihn per Mail mit pr@peter-regli.ch oder auf seiner Website www.peter-regli.ch



Wie bringen wir diesen Nutzen? Als eigenständiges Fitnesscenter geht das im heutigen Umfeld nur über die Beratungs- und Betreuungskompetenz. Mit sauber definierten Prozessen, damit die Qualität immer dieselbe ist. Da liegt viel Potential brach. Ich kenne Fitnesscenter, in denen die Trainer sich in den Zeiten ohne fixen Termine nicht auf der Trainingsfläche aufhalten dürfen! So geht das nicht auf Dauer — die Kunden fühlen sich nicht betreut und ungenügende Betreuung ist einer der wichtigsten Gründe für den Abbruch des Trainings oder einen Wechsel des Fitnesscenters. Und zu guter Letzt müssen am Ende des Monats unter anderem die Löhne bezahlt werden. Doch woher kommt das Geld dafür? Wofür bezahlt welcher Kunde? Für viel Zusatzleistung, die er nicht benötigt oder nur das, was er bucht? Letzteres ist ehrlicher und transparenter als das System mit den Jahreskarten zu fixen Preisen mit viel Inhalt, welcher der Kunde letztlich gar nicht will oder nutzt! Wagen Sie den Schritt und werden Sie AAAA. Anders als alle Anderen mit einem Abomodell der Zukunft. Und diese hat begonnen schon lange. Letztlich geht es also nicht um die Frage, wie hoch der Abopreis ist oder wie supertoll die Infrastruktur. Es geht einzig und allein um den Nutzen, welcher der Kunde hat! Und alle, wirklich alle Tätigkeiten sind punktgenau darauf auszurichten.

### So komme ich zum Geschäftsmodell der Zukunft

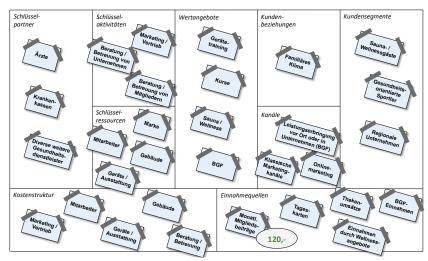
In einer Welt, welche heute oft mit dem Begriff "VUKA" assoziert ist, gibt es die Superwoman oder den Superman schlicht nicht mehr. Und auch kein Geschäftsmodell, welches über 30 Jahre Bestand haben wird. Anpassen und umstellen sind überlebenswichtig. VUKA steht für Volatilität, Unsicherheit, Komplexität und Ambiguität (Doppeldeutigkeit). Geschäftsmodelle werden regelmässig überprüft und angepasst. Nachfolgend ein Tool, welches regelmässig zum Einsatz kommt, wenn es in Firmen darum geht, Geschäftsmodelle zu entwickeln oder zu überprüfen. Es ist sehr einfach und klar in der Struktur.

Das Business Canvas Model beschränkt sich auf das Wesentliche in einem übersichtlichen Format. Ein DIN A3-Blatt ist ausreichend und gibt auf folgende, neun wichtigen Elemente die (hoffentlich) richtigen Antworten:

- Zielgruppe: Wer soll bei uns trainieren? Spezialisieren wir uns auf eine Hauptzielgruppe und wenn ja, auf welche?
- Nutzenversprechen: Welche Probleme unserer Zielgruppen lösen wir dauerhaft und gut? Welche Bedürfnisse befriedigen wir — und welche ganz bewusst nicht?
- Kommunikationskanäle: Wie interagieren wir mit unseren Kunden? Wie machen wir auf uns

- aufmerksam? Wo erfahren unsere potentiellen Kunden von unserem Angebot?
- Kundenbindung: Wie halten wir unsere Kunden über einen langen Zeitraum, im Idealfall bis ans Lebensende des Kunden? Was tun wir für die Kundenbindung und die Kundenzufriedenheit?
- Woher kommen die Einnahmen: Wie schaffen wir es, am Ende jedes Monats liquide zu sein? Wie verteilen sich die Einnahmen auf das Geschäftsjahr? Sind Einmalzahlungen zu favorisieren oder monatliche Gebühren oder gar ein Lizenzsystem? Wofür ist der Kunde letztlich bereit zu zahlen?
- Kernkompetenzen: Welche Kompetenzen benötigen wir im Fitnesscenter, um den Kundennutzen perfekt zu erbringen? Physisch, soziale oder finanzielle Ressourcen sind hier zu erwähnen.
- Schlüsselaktivitäten: Welche Tätigkeiten sind für unser Modell effektiv? Also tun wir die richtigen Dinge für den Kundennutzen unserer Zielgruppe?
- Partnerschaften: Mit wem kann und soll ich Partnerschaften eingehen? Welcher Mitbewerber macht etwas supertoll, das ich auch nutzen kann? Welche Partner aus der Industrie sind für meine Zwecke die Richtigen? Welche Ressourcen kaufen wir ein, weil andere das besser machen als wir?
- Kosten: Welches sind unsere wichtigsten und nötigsten Ausgaben, um unseren Kunden den besten Nutzen zu bieten? Und passen diese zu den Einnahmen?

Es lohnt sich, mit dem eigenen Team diese neun Elemente einmal offen zu denken (out of the box) — am besten mit einem Moderator, der die Aussensicht einbringt und nicht an der Innensicht haftet. Eine lohnende Investition.



BMC - Geschäftsmodell eines Fitness-Studios im Premiumsegment, Quelle: DHfPG

### Versuch eines idealen Geschäftsmodells 4.0

Mit den oben beschriebenen neun Elementen wage ich den Versuch, ein einfaches Geschäftsmodell 4.0 zu skizzieren. Oder vielleicht besser nicht — denn in der FITNESS TRIBUNE Nr. 173 haben das Christoph Eifler und Patrick Berndt bereits getan. Anhand zweier gut illustrierten Beispielen. Deshalb kann ich gleich zum Fazit übergehen.

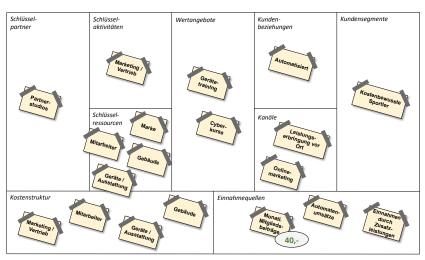
### Wie kann ich mich behautpen am Markt?

Will man sich in Zukunft in der Branche halten als inhabergeführtes Fitnesscenter, ist die Fokussierung das Wichtigste. So bleiben die Kosten im Rahmen und letztlich der Nutzen für alle Beteiligten grösser. Nutzen im Sinne der Zielerreichung bei den Kundinngen und Kunden und Nutzen im Sinne eines erfolgreichen Unternehmens. Vergessen Sie es, mit den "Grossen" mithalten zu wollen. Das schaffen Sie nicht aufgrund der fehlenden finanziellen Ressourcen. Aber Sie können die Schwächen von denen aufnehmen und diese als Stärken bei sich implementieren. Konzentrieren Sie sich folglich auf das Wesentliche und

machen Sie das gut — richtig gut. Verabschieden Sie sich von jeglichem Ballast, denn der belastet im wahrsten Wortsinn Ihr Jahresergebnis. Auch dann, wenn Sie das schon 20 Jahre gemacht haben — das heisst nicht, dass es in den nächsten 20 Jahren immer noch akzeptiert wird.

Seien Sie mutig und positionieren Sie sich nicht als Superwoman oder Superman, sondern als der Nutzenbieter im definierten Bereich, wo Ihre Kernkompetenzen liegen. Und entwickeln Sie dazu eine Kundenbindung, die mehr ist als nur ein Lippenbekenntnis. Da ist vor allem ein Testing zu erwähnen, welches einfach ist, klar und für alle ein Gewinn. Da wäre beispielsweise das Stoffwechsel- und Performance-System von DYN-OSTICS, kombiniert mit einer Messung der Körperzusammensetzung, einfach mittels der bekannten Waagen von TANITA oder neuen innovativen Systemen wie von PHICOMM. Sie erleichtern die Arbeit und helfen allen Beteiligten, die Ziele zu erreichen. Nehmen Sie das Thema Entspannung dringend mit auf — neben der Ausdauer der zweite Bereich, der selten im Fitnesscenter den nötigen Stellenwert hat. Im heutigen Umfeld wird sie aber ein immer wichtiger Faktor — auch für Männer! Massage klingt in diesem Zusammenhang gut, ist aber nur ein kleiner Teil. Da sind wesentlich fokussiertere Programme und Angebote angezeigt in der Zukunft.

Und zum Schluss noch dies: Haben Sie keine Angst vor den "Grossen" — hinterfragen Sie aber Ihr Geschäftsmodell und stellen Sie es auf eine zukunftsfähige Basis zum Nutzen Ihrer Kundinnen und Kunden und für Ihren unternehmerischen Erfolg. Gehen Sie folglich die Zukunft aktiv an statt über die "Grossen" zu lästern.



BMC - Geschäftsmodell eines Fitness-Studios im Discountsegment, Quelle: DHfPG

# Die SWISSKIDS Foundation stellt sich vor

Mit dem von uns konzipierten Charity-Event kcalRun wollen wir unseren Teil dazu beitragen, dass es unter dem Motto «Kinder. Lernen. Teilen» jungen Menschen in der Schweiz und in Afrika Schritt für Schritt besser geht.



### Kinder, Lernen, Teilen.



Weltweit leiden zurzeit 815 Millionen Menschen an Hunger. Drei Viertel davon sind Kinder. Mehr als doppelt so viele — zwei Milliarden Menschen — sind vom sogenannten "verborgenen Hunger" betroffen. Sie sind satt, aber nicht gesund ernährt. Und jeden Tag sterben über 20'000 Kinder an den Folgen von Hunger und Mangelernährung. (Quelle: Welthungerhilfe 2017).

Jeder dritte Mensch weltweit ist übergewichtig. Die Zahl fettleibiger Kinder hat sich in den vergangenen vier Jahrzehnten mehr als verzehnfacht. Heute sind 124 Millionen Kinder von Fettleibigkeit betroffen, im Jahr 1975 waren es noch elf Millionen. Dazu zählen noch 213 Millionen weitere Kinder, die übergewichtig sind. Übergewicht ist damit ein gefährliches, globales Gesundheitsproblem. (Quelle: WHO 2017).

Die SWISSKIDS Foundation ist ein Kinderhilfswerk mit Sitz in Basel. Inspiriert durch eine Reise nach Manila auf den Philippinen wurde nach der Gründung des Vereins SWISSKIDS die Idee des "caloriesharing" geboren. Während dieser Zeit gelang es, eine Kooperationsvereinbarung mit World Vision Schweiz und weiteren etablierten Hilfswerken einzugehen. Diese Zusammenarbeit verschaffte SWISSKIDS vertiefte Einblicke in die Welt der Entwicklungshilfe. Zudem haben wir ein

weites Netzwerk und Experten-Team aufbauen können, welches uns hilft, den Anteil der Kinder im deutschsprachigen Raum mit gesundem Körpergewicht zu erhöhen.

#### Ziele und Nutzen: Wie wir einen Unterschied machen

Wir engagieren uns für eine Welt, in der Kinder gesund, glücklich und stark aufwachsen können. Wir sehen den Schlüssel für eine bessere Zukunft der Kinder in einer gesunden Ernährung, regelmässiger Bewegung, grundlegender Bildung mit der Vermittlung von lebenswichtigen Werten. Um der Realisierung dieser Vision einen ersten Schritt näher zu kommen, werden wir mit Hilfe von caloriesharing-Mitmachkampagnen eine nachhaltige Grundlage legen. Dies, um möglichst bald in der Lage zu sein, die angestrebten Fitschools in der Schweiz und in Malawi zu realisieren.

### Eine Bewegung für mehr Bewegung, um dreimal Gutes zu tun

caloriesharing hat nach unserer Überzeugung das Potential, den ganzen deutschsprachigen Raum in Bewegung zu versetzen. Die Mitmachkampagnen sensibilisieren die Öffentlichkeit, unterstützen das Sammeln von Spenden und begeistern Erwachsene und Kinder, sich mehr zu bewegen und so dreimal Gutes zu tun: für sich selbst,

für Kinder in der Schweiz und für Kinder in Entwicklungsländern.

### Die Schritte-in-Spenden Umwandlungsmaschine

Die caloriesharing-App ist für die digital gestützten Mitmachkampagnen der SWISSKIDS Foundation von zentraler Bedeutung. Menschen in der Schweiz und im deutschsprachigen Ausland bewegen sich und spenden ihre verlorenen Kalorien in Form von Geld zu Gunsten von Fitschool-Projekten und globaler Kindergesundheit.

Über die App bauen wir den Kontakt zu unseren Zielgruppen auf, vorerst zu den erwachsenen Unterstützern und später auch zu den Kindern. Sie soll innovativ, modern und spielerisch einfach sein. Damit soll eine moderne Unterstützer-Community angesprochen werden, die einerseits fitnessaffin ist und andererseits Gutes tun will.



# kcalRun – Die erste caloriesharing-Mitmachkampagne

Der kcalRun ist ein Charity-Event zu Gunsten der SWISSKIDS Foundation und ihren Projekten. Im Rahmen der FitnessEXPO am 17. und 18. November in Basel lancieren wir die caloriesharing-App und werden über unsere Kommunikationskanäle die SWISSKIDS Foundation sichtbar machen.

Das Publikum wird motiviert, sich mit caloriesharing zu engagieren, wenn es erfährt, was es tun kann und wie, nämlich die caloriesharing-App downloaden, Schritte sammeln und dabei gleichzeitig Spenden erlaufen für Kinder in der Schweiz und in Malawi.

Für jeden Schritt bezahlen Sponsoren einen Betrag, der je zur Hälfte der Fitschool in Basel und der Fitschool im afrikanischen Malawi zugute kommen wird. Alle Besucher der FitnessEXPO, welche die caloriesharing-App herunterladen, nehmen an einem tollen Preisausschreiben teil.

www.swisskids.org

# Das Laufband der Profi-Teams

## Die kugelgelagerte und punktelastische Lauffläche von Woodway garantiert Ihnen:

• unerreichten Laufkomfort – 90 % Absorption der Aufprallenergie

• niedrigen Wartungsaufwand – Bandwechsel erst nach ca. 240.000 km

• wesentlich geringeren Stromverbrauch gegenüber herkömmlichen Laufbändern



Informationen zu unseren Produkten unter www.domitner.com





## Der Weg in die Selbstständigkeit

Mit den neuen Lizenzausbildungen der Deutschen Sportakademie "Personal Trainer" und "Bootcamp Instructor A-Lizenz"!

Von Irina Luxem, Deutsche Sportakademie, Köln



Die Deutsche Sportakademie hat sich als innovativer Bildungsanbieter auf dem Fitnessmarkt etabliert. Jetzt erweitert sie ihr Angebot an berufsbegleitenden Lizenzausbildungen für Fitnesstrainer. Ab Dezember bietet die Deutsche Sportakademie die Lizenzausbildungen zum Personal Trainer und ab April 2019 die A-Lizenzausbildung zum Bootcamp Instructor an. Damit reagiert sie auf aktuelle Fitnesstrends und auf die verstärkt individualisierte Nachfrage im Fitnessmarkt.

#### **Die Personal Trainer von morgen**

Anders als im Vereinssport hat Fitness-training immer mehr den Anspruch, sich an die individuellen Gegebenheiten und Bedürfnisse des Trainierenden anzupassen. Berufliche Einspannungen, private Termine und persönliche Trainingsziele verlangen immer stärker ein zu jeder Zeit abrufbares Training. Gleichzeitig steigt die Bereitschaft, für ein individuelles Training auch ein gewisses Budget in die Hand zu nehmen.

Für Fitnesstrainer entsteht hier ein grosser Markt, für den sie sich mit gezielten Weiterbildungen bestmöglich vorbereiten können.

## Welches Know-how wird bei der Ausbildung vermittelt?

Die Lizenzausbildung zum Personal Trainer an der Deutschen Sportakademie richtet sich an jene Fitnesstrainer, die bereits die B-Lizenz oder vergleichbare Qualifikationen als Vorkenntnisse erworben haben. Mit der weiteren Ausbildung zum Personal Trainer erlernen Fitnesstrainer die fachspezifischen Kenntnisse, mit denen sie Kunden durch ein effektives, abwechslungsreiches und individuell zugeschnittenes Training optimal beim Erreichen ihrer Ziele zu unterstützen. Der Trainingsplan basiert dabei auf einer realistischen Zielanalyse unter Berücksichtigung des physischen Ist-Zustandes des Kunden.

Neben fachpraktischem Know-how stehen auch betriebswirtschaftliche Kenntnisse sowie Marketinginstrumente im Vordergrund der Weiterbildung, die helfen, sich als selbständiger Personal Trainer im Markt einen Namen zu machen.

Teil der Lizenzausbildung zum Personal Trainer und als separate Ausbildung zu erwerben ist die Bootcamp Instructor A-Lizenz. Als Grundausbildung des US-amerikanischen Militärs bekannt, werden Bootcamps immer populärer. Die A-Lizenz vermittelt das Praxiswissen, um selbst ein intensives Bootcamp zu organisieren. Schwerpunkt hierbei: Das Training mit dem eigenen Körpergewicht und mit Kleingeräten.

#### Flexibles Blended-Learning

Die berufsbegleitenden Lizenzausbildungen zum Personal Trainer und Bootcamp Instructor werden parallel zum Job vermittelt. Dabei arbeitet die Deutsche Sportakademie mit einem praxisorientierten, mediengestützten Lernsystem, das ein Maximum an Flexibilität und mobiles Lernen möglich macht. Die Lizenzausbildungen beinhalten Online- und Präsenzphasen, bei denen den Teilnehmern mehrere Termine zur Auswahl stehen, um die Weiterbildung ideal mit der individuellen Arbeits- und Lebenssituation zu vereinbaren. Onlinetests und webbasierte Trainings festigen das erlernte Fachwissen. Bei Präsenzphasen lernen die Teilnehmer von Profis aus der Praxis die Arbeit am Kunden. Darüber hinaus profitieren die angehenden Personal Trainer und Bootcamp Instructor von persönlichen Studientutoren, die sie jeder Zeit fachlich beraten und unterstützen.

#### Mehr Infos:

www.deutschesportakademie.de/ personal-trainer www.deutschesportakademie.de/ bootcamp-instructor

### Kontakt:

Deutsche Sportakademie Studientutorin: Miriam Müller mueller@deutschesportakademie.de +49 (0)221 / 42 29 29-28



# ratio





## DAS OPTIMALE TRAININGSGERÄT FÜR DEN PO

Der neue Nautilus Glute Drive steht für effektives Training der Gesässmuskulatur und für ein sicheres Training. Inspiriert von dem immer beliebter werdenden Trend der Gesässmuskulatur-Übungen, die man heutzutage in den ausgefallensten und teils sogar gefährlichen Ausführungen in Fitnessstudios beobachten kann, bietet der Nautilus Glute Drive eine sichere und fachmännische Isolation Ihrer Gesässmuskulatur, sowie die Verbesserung der Hüft- und Rumpfstabilität.









**CORE HEALTH & FITNESS** 



DIE OBERKÖRPERBANK BIETET DER WIRBELSÄULE STABILISIERUNG



ACHSPUNKT UNTER DEN SCHULTERN FÜR UNTER-STÜTZUNG DER OPTIMALEN



MAXIMALGEWICHT VON 164 KG. 20,5 KG PRO SEITE



OPTIONALE ABLAGE FÜR DIE HINTER DEM GERÄT

# Erfinder und Konstrukteur des BodyStretcher



Für unseren Rücken stellt das tägliche Stehen, lange Sitzen oder auch Heben von Gewichten eine grosse Belastung dar. Bei all diesen Tätigkeiten werden die Bandscheiben verpresst und die Muskulatur beginnt sich zu verkrampfen. Kommen zu kurze Schlafzeiten hinzu, fehlt die nötige Regeneration. Rückenschmerzen sind die Folge und es entstehen Fehlhaltungen. Kraftsportler wissen, dass einige Übungen den Rücken stärker belasten, als ihnen lieb ist. Bei einzelnen Übungen wird die Wirbelsäule regelrecht zusammengestaucht. Auch diejenigen, die nach einem stressigen Bürotag im Fitnesscenter etwas für ihren Rücken tun wollen, vermissen ein Gerät, welches ihren Rücken wirksam entlastet. Man hängt sich an Stangen und versucht so, die zusammengedrückten Bandscheiben auseinanderzubringen. Dabei werden die Schultergelenke unnötig belastet und der Effekt ist limitiert durch das Eigengewicht der Beine.

Marcel Häne war selbst von Rückenschmerzen geplagt. Da er für seine Rückenschmerzen kein Gerät fand, welches ihm half, erfand und entwickelte er selber eines. Inzwischen ist der BodyStretcher über 100 Mal verkauft worden und ist weltweit paten-

tiert. Roger Gestach sprach mit dem Erfinder Marcel Häne.

RG: Lieber Marcel, Du betreibst zusammen mit Deiner Frau zwei Wohnheime und eine Werkstatt für Menschen mit physischen und psychischen oder geistigen Beeinträchtigungen im Kanton Aargau. Zur Fitnessbranche hattest Du vor dem BodyStretcher noch keinen Bezug. Wie bist Du überhaupt dazu gekommen, ein Fitnessgerät gegen Rückenschmerzen zu erfinden?

MH: Not macht bekanntlich erfinderisch. Selber geplagt von den immer wiederkehrenden Rückenschmerzen, die mir meine geschundenen Bandscheiben bescherten, suchte ich nach einer Alternative zur Streckbank in der Physiotherapie. Die Suche verlief jedoch mehr oder weniger erfolglos. Eine Flaschenzugvorrichtung, womit ich mich mit den Füssen voran, Richtung Decke ziehen konnte, brachte zwar eine gewisse Linderung, die Benutzung war aber sehr umständlich und unbequem.

Im zweiten Anlauf baute ich mir eine zusammenklappbare Streckliege, angetrieben mit einem Akkuschrauber. Das funktionierte prächtig, hatte aber auch so seine Nachteile. Ich wusste, da muss noch mehr zu machen sein. Die Idee entstand also aus der Situation, in der mir die Möglichkeiten zum Dehnen zu umständlich, zu unbequem, zu gefährlich, zu aufwendig, zu teuer waren. Also beschloss ich, in meiner Freizeit einen BodyStretcher zu erfinden.

RG: Wie lange hat es gedauert von der Idee, bis dann der erste BodyStretcher in einem Fitnesscenter stand?

MH: Die erste Idee dazu hatte ich im Sommer 1998, Im Jahr 2015 stellten wir den HIMTEC BodyStretcher zum ersten Mal einem grösseren Publikum an der FIBO Köln vor.

RG: Du hast den BodyStretcher weltweit patentiert. War dies schwierig und hat es lange gedauert?

MH: Ja, wir haben den BodyStretcher bereits weltweit in vielen Länder patentieren können.

In einigen Ländern dauert es jedoch immer noch an. Wir arbeiten schon seit dem ersten Prototyp mit der Patent-Anwaltskanzlei Felber und Partner in Zürich zusammen. Herr Felber hilft uns bei der Patentierung mit allerbestem Fachwissen, so dass sich Zeit und Aufwand für Patente bei mir in Grenzen halten.

RG: Warum braucht es einen Body-Stretcher, wenn ich mich doch ohne Geräte an einer Stange hängen lassen kann? Erkläre uns doch auch die Idee und das Konzept vom BodyStretcher.

MH: Ein wichtiges Merkmal am Body-Stretcher ist die angenehme Art, mit der man sich den Rücken dehnen kann. Damit sich die Bandscheiben beim Dehnen richtig erholen, sollte die Muskulatur möglichst entspannt sein. Das geht am besten liegend. Der Wunsch, sich strecken zu können, ist ja nicht neu und den meisten von uns bekannt. Es gibt ja da auch ein paar Hausmittel, neben den von dir erwähnten Stangen, gibt es auch diverse Verrenkungsübungen. Bei einem drohenden Bandscheibenvorfall genügen aber solche Übungen nicht immer. Oft bleibt dann nur der Gang zum Physiotherapeuten oder direkt zum Arzt.

Nun gibt es mit BodyStretcher ein Gerät, womit sich der Rücken bei Bedarf entspannt und fein dosiert dehnen lässt. Gut aufgestellt kann so der BodyStretcher vielen Leuten helfen, sich vor Bandscheibenvorfällen zu schützen und sich um einiges wohler zu fühlen.

Der BodyStretcher kann auch aktiv zum Stärken der Rückenmuskulatur dienen. Anstatt sich zu entspannen, sperrt Mann/Frau sich mit Muskelanspannung gegen den Dehnvorgang.

RG: Inzwischen stehen über 100 Body-

Stretcher in Fitnesscentern, Physiotherapien und Kliniken, mehrheitlich in der Schweiz. Möchtest Du den BodyStretcher auch international verkaufen und was sind Deine Pläne diesbezüglich?

MH: An dieser Stelle möchte ich mich und das ganze BodyStretcher-Team, bei all jenen bedanken, die dem Body-Stretcher und somit uns das Vertrauen geschenkt haben. Es war uns von Anfang an wichtig, hier in der Schweiz Erfahrungen und Verbesserungsvorschläge zu sammeln, um so das Gerät noch benutzerfreundlicher und effizienter zu gestalten.

Sollten Internationale Märkte auf uns aufmerksam werden, würde uns das natürlich freuen. Zurzeit gibt es noch keinen Plan.

RG: Ist der BodyStretcher personalintensiv? Muss eine Einweisung immer über einen Fitnesstrainer erfolgen oder können die Kunden das Gerät auch ohne Einweisung benützen?

MH: Das ist sehr unterschiedlich. Grundsätzlich ist das Gerät sehr einfach in der Bedienung.

Einmal in Aktion gesehen, können sich die Benutzer meist mit dem Body-Stretcher innert kürzester Zeit selber zurechtfinden. Das Beachten der Gebrauchsanleitung ist jedoch zu empfoblen

RG: Jetzt kommt das Modell 4 auf den Markt. Was ist bei diesem Modell besser als bei den Vorgängern?

MH: Beim Model 4 ist es uns gelungen, Wünsche und Anregungen der Benut-





zer umzusetzen. Einige der Neuerungen sind nachrüstbar und ab sofort auch für die 3er Modelle erhältlich.

#### Neuerungen Model 4:

- Polster in drei verschiedenen Ausführungen erhältlich; soft, medium, hart.
- Kleinere Einstiegshöhe (ab Körpergrösse 150 Zentimeter vorher 160 Zentimeter).
- Neu sind zusätzliche Trägheitsdämpfer eingebaut, die Benutzung wird damit noch sicherer.
- Längere Drehgriffe für die grösseren Benutzer.
- Kniepolster mit automatischer Grössenanpassung.
- Aufsteckbare Polster für die Gesichtsablage macht Dehnen auch im Nackenbereich möglich.
- LED Display mit Kraftanzeige in Kilogramm eingebaute Sensoren liefern dazu das Signal.
- Verbesserte Bodenkonstruktion erleichtert das Aufstehen bei der Erstinbetriebnahme.

Das Model 4 wird zum ersten Mal an der diesjährigen FitnessEXPO in Basel vorgestellt.

RG: Der BodyStretcher ist eine Schweizer Erfindung. Wird das Gerät aber auch in der Schweiz produziert?

MH: Bis auf wenige Teile wird alles in der Ostschweiz und im Aargau hergestellt (Beni Burtscher AG, Trygonal Schweiz und Crisco).

RG: Mit Deiner Firma HIMTEC vertreibst Du im Moment ausschliesslich den BodyStretcher. Sind noch weitere Erfindungen und Produkte von Dir in Planung?

MH: Nein, die konstante Weiterentwicklung des BodyStretchers bringt laufend neue und interessante Herausforderungen mit sich.

www.bodystretcher.ch

# FITNESS TRIBUNE stellt vor: MeinGym – Ein Fitnessstudio ganz für mich alleine



Warten auf Fitnessgeräte, lästige Blicke und unangenehme Gerüche ertragen, Fremdschämen vom Feinsten, sich unwohl fühlen, sinnlos Beiträge bezahlen, ohne trainieren zu gehen — diese Zeiten sind vorbei. Ende September eröffnete am Giesshübl bei Wien der erste Standort einer neuen Fitnessstudio-Generation. Das Fitnessstudio ganz für mich alleine. Unter dem Namen "MeinGym 'exclusively meins" wird in exklusiven "self-service"-Gyms trainiert. In der gewählten Trainingszeit hat man das Gym seiner Wahl ganz für sich alleine. Natürlich können auch Freunde, Familie oder Kollegen mitgebracht werden. Auch Hunde sind willkommen. Der Kunde selbst entscheidet, mit wem er sein Gym teilt.

Es sind keine monatlichen Beiträge und keine Einschreibegebühr zu bezahlen und man ist auch nicht vertraglich gebunden. Es wird nur dann bezahlt, wenn auch tatsächlich trainiert wird. Während dem absolut exklusiven und privaten Training kann nach Lust und Laune das Lieblings-Fernsehprogramm eingeschaltet oder die Lieblingsmusik laut aufgedreht werden. Auch die Lichtstimmung kann selbst gewählt werden und beim Selfies schiessen und in den Spiegel kucken gibt es keine unerwünschten Beobachter.

Konzepte wie airbnb oder auch Mrs. Sporty haben bereits eindrucksvoll bewiesen, dass der Markt Richtung Individualisierung und Spezialisierung tendiert und Menschen vermehrt auf der Suche nach Rückzug, Ruhe und Fokus sind — als Gegenbewegung zu Lärm, Leistung und Zerstreuung durch ein Übermass an Druck und Eindrücken in unserer Umwelt.

Ebenso wird der Markt seit einiger Zeit mehr und mehr von Fitness-Discountern überschwemmt, welche mit Dumping-Preisen werben und so die Massen in die Studios strömen. Das Arbeiten über die Masse führt fast immer zwangsläufig zu überfüllten Studios.

MeinGym schwimmt mit seinem Konzept hier ganz bewusst gegen den Strom und macht es sich zum Auftrag, Menschen beim Training die Möglichkeit zu geben, ganz für sich zu sein, ohne sich dabei alleine gelassen zu fühlen. Wahlweise können daher zu den Gym-Buchungen Personal-Trainings, Trainingspläne und WODs (Workout of the Day) dazu gebucht werden, auch eine eigene Trainings-App ist vorhanden. Mit dem Body Check-Up, dem Gratis-Ersttermin, den Sprechstunden, Kleingruppenstunden und Open Hours gibt es darüber hinaus viele Möglichkeiten, um sich Ideen, Inputs und fach-

liche Unterstützung fürs exklusive und ganz private Training zu holen.

Bei der Geräteauswahl wurde auch nicht gespart — entsprechend der Qualitätsphilosophie wird hier eng mit dem Olympiaausstatter Technogym und dem Functional Training Profi Escape sowie mit dem Big Player der Cross Fit Szene Rogue zusammengearbeitet. Von modernsten Cardio-Geräten, darunter neben der SKILLMILL auch das erst kürzlich auf der FIBO vorgestellte SKILLBIKE von Technogym, bis hin zu Kraftmaschinen wie einer Beinpresse sowie Doppelstation-Seilzug, Functional Tower mit Endlosseil, Battle Rope und Box-Station, Power Rack und einer Vielzahl an weiteren Functional-Geräten und Freigewichten ist alles dabei, was das Fitness-Herz höher schlagen lässt.

Die Preise für private Bookings liegen bei 25 Euro pro Stunde und Person für ein 100 m2–Multifunctional Gym. Public Bookings liegen bei 15 Euro pro Stunde und Person, Zusatzleistungen bewegen sich zwischen 15 Euro und 80 Euro. Bei Buchung zu weniger begehrten Zeiten, Mehrstunden- und Mehrpersonenbuchungen gibt es nennenswerte Rabattierungen. Kunden, welche sich einen bestimmten Termin auf Dauer sichern möchten, profitieren vom "full year time assurance"–Angebot.

www.meingym.at



## Richtigstellung von Paul Eigenmann QualiCert AG, zum Bericht: "Unbetreute Öffnungszeiten"



In der letzten FITNESS TRIBUNE (Nr. 175, Seite 99) bezeichnete SFGV-Vorstandsmitglied André Tummer die

Norm FitSafe, nach welcher QualiCert neben den Qualitop-Anforderungen ebenfalls Zertifizierungen durchführt, als eine Norm, die hauptsächlich für Personalkosteneinsparungen der grossen Ketten diene. QualiCert hält an dieser Stelle fest, dass aktuell lediglich eine einzige Kette, nämlich fitnessplus, nach der Norm FitSafe zertifiziert ist.

Ausserdem bezeichnet Herr Tummer das "Drei-Sterne-Part-Time-Care-Konzept" des Fitness Guides als eine notgedrungene Reaktion auf die Norm FitSafe. Diesbezüglich war der Massstab, welcher der Interpretation der Zeitachse zu Grunde lag, wohl etwas sehr grob. QualiCert hat die ersten drei Center in einer Pilotphase erst auf Anfang 2016 gemäss FitSafe zertifiziert, zu einer Zeit also als der Fitness Guide mit dem "Drei-Sterne-Part-Time-Care-Konzept" auch schon unterwegs war. Und solche Konzepte bzw. Normen sowie die dazu nötigen validen und objektiven Prüfverfahren entwickelt man nicht über Nacht — weder beim Fitness Guide, noch bei QualiCert.

Anzeige



## Angebot und Verkauf von Therapieleistungen im Fitnessclub

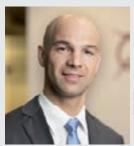
Im letzten Artikel hatten wir das Thema Marketing von Therapieleistungen im Fitnessclub aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet und die drei Hauptzielgruppen näher untersucht:

- Zuweisende Ärzte
- Kooperierende Unternehmen
- · Direktansprache der Patienten

In dieser Ausgabe soll es nun darum gehen, Therapieleistungen im Kontext des Fitnesscenters adäquat anzubieten, sie vom Fitnessangebot abzugrenzen und ein Verkaufs- und Beratungsprozedere von Therapieleistungen aufzuzeigen, das grösstmögliche Synergien zwischen Therapie und Training generiert. Grundvoraussetzung ist daher, dass das Therapiekonzept eine Differenzierung zu Therapieleistungen von Mitbewerbern ermöglicht. Kein Patient benötigt die x-te Physiotherapie am Ort mit genau den gleichen Leistungen wie alle anderen.

## Differenzierung Therapieangebot <-> Mitgliedschaft

Anders als bei einem Fitness-Abo oder einer Wellnessmassage bedarf es in der Kommunikation und dem Verkauf von Therapieleistungen eines anderen Vorgehens. Der Aspekt des Beratens steht hier im Vordergrund. Es geht viel stärker um eine Problemlösung im Gegensatz zu einer nicht zwingend benötigten Lifestyle-Dienstleistung. Zudem gilt es, rechtliche Rahmenbedingungen zu beachten, da Therapieleistungen nicht im gleichen Umfang beworben werden dürfen wie eine Fit-



Peter Domitner

Jahrgang 1969
Ist CEO der Domitner GmbH, die auf die Konzeption und Ausstattung medizinischer Trainingstherapien und hochwertiger Fitnessanlagen spezialisiert ist. Als aktiver Radsportler nahm er an Europa- und Weltmeisterschaften



nessmitgliedschaft. Die Ansprache von Patienten ist eine völlig andere als die direkte Kommunikation mit potentiellen Kunden, was wiederum auch neue Anforderungen ans Personal stellt, die man im Vorfeld genau abwägen und dafür eine Lösung entwickeln muss. Um es auf den Punkt zu bringen: Therapeuten können/wollen den Mehrwert von Therapieleistungen oder die Notwendigkeit eines längerfristigen Trainings nicht verständlich kommunizieren (und verkaufen). Für Sport- und Bewegungswissenschaftler auf der Trainingsfläche hingegen ist Kommunikation tägliche Routine, im Bereich der Therapie allerdings fehlt das nötige Fachwissen, um Patienten adäquat aufklären zu können.

## Wie sieht ein ideales Therapieangebot im Club aus?

Die erste Frage bei der Integration einer Therapieabteilung im Club ist die Frage nach den dort angebotenen Leistungen. Vielfach wird der Fehler gemacht, dieses Thema komplett einem externen Physiotherapeuten zu überlassen und auf spätere Synergieeffekte zu hoffen. Diese gibt es dann auch durchaus, allerdings in den allermeisten Fällen nur in eine Richtung, vom Club in die Physiotherapie. Der umgekehrte Weg ist in der Regel sehr schwierig, nur in seltenen Ausnahmefällen gibt es Synergien in beide Richtungen. Die Gründe dafür sind vielfältig, wie wir im Folgenden noch sehen werden. Einer der Gründe ist, dass ein weiterführendes Training nicht das primäre Anliegen von Physiotherapeuten ist. Daher sollten Sie sich zu Beginn zwei zentrale Fragen stellen:

- Welche Art von Therapie will ich anbieten?
- Will ich ein eigenes Therapieangebot schaffen oder lediglich Räumlichkeiten für einen externen Physiotherapeuten zur Verfügung stellen?

Die erste Frage lässt sich relativ einfach beantworten: Da Sie als Centerbetreiber primär Interesse daran haben, neue Mitglieder zu gewinnen, sollte auch die Ausgestaltung der Therapieabteilung diesem Ziel untergeordnet sein. Ein Angebot rein passiver Behandlungsmethoden wie Manuelle Therapie und Massage ist daher wenig zielführend. Vielmehr sollten Patienten bereits im Rahmen der Therapie an ein Gerätetraining herangeführt werden. Ein apparativ gestütztes Konzept sollte daher im Vordergrund stehen und nicht die an die Person des Therapeuten gebundenen manuellen Fähigkeiten. Nur so kann die Therapie als funktionierende Schnittstelle zum Trainingsbereich fungieren.

Bei der Frage bzgl. der personellen Besetzung gilt es grundsätzlich zwischen den beiden bereits erwähnten Herangehensweisen abzuwägen: Einstellung eines Physiotherapeuten oder Vermietung von Räumlichkeiten an einen oder mehrere externe Therapeuten. Die zweite Variante lässt sich in der Regel schneller realisieren, allerdings spricht auch vieles dafür, den etwas beschwerlicheren Weg zu gehen und die Rahmenbedingungen der Therapie als Betreiber des Fitnessclubs selbst zu schaffen:

- Sie behalten alle Zügel in der Hand und können direkt Einfluss nehmen auf das operative Geschäft
- Sie definieren die Schnittstellen zwischen Therapie und Training und sind nicht angewiesen auf das Wohlwollen des Physiotherapeuten
- Sie haben den direkteren Draht zu zuweisenden Ärzten in Ihrer Region

Diese Vorteile machen häufig den höheren Aufwand zu Beginn und die Notwendigkeit der Einarbeitung in eine neue Branche bereits nach kurzer Zeit wieder wett, wobei es hier länderspezifisch (und sogar abhängig vom Bundesland/Kanton) sehr unterschiedliche rechtliche Möglichkeiten gibt, zu denen wir Sie gerne ausführlich beraten.

#### Das Rückentherapie-Center als Schlüsselfaktor

Das Rückentherapie-Center by Dr. WOLFF (RTC) bietet aufgrund der Einzigartigkeit des Therapieansatzes den

entscheidenden Wettbewerbsvorteil, um sich eine neue Zielgruppe zu erschliessen. Durch die gemeinsame Ausrichtung von Therapieabteilung und Fitnessclub und das enge Zusammenspiel zwischen Trainern und Physiotherapeuten anhand klar definierter Schnittstellen, stellt das RTC das ideale Bindeglied zwischen den beiden Bereichen dar.

Durch seine Ausrichtung an den tatsächlichen Bedürfnissen des Kunden hilft es diesem, sein zentrales Problem — den Rückenschmerz – zu lösen und bietet ihm damit nicht nur eine vorübergehende Schmerzlinderung in Form einer manuellen Behandlung, sondern eine tragfähige dauerhafte Lösung, ausgerichtet an den aktuellsten Forschungsergebnissen. Das RTC lässt sich nach aussen hin sehr gut vermarkten und verschafft Ihnen als Clubbetreiber einen Wettbewerbsvorsprung gegenüber Ihren Mitbewerbern. Der Nutzen für den Kunden ist dadurch sehr hoch, der Mehrwert im Vergleich zu einer herkömmlichen Therapie unmittelbar ersichtlich und so sinkt auch die Preissensibilität beim Patienten bzw. Kunden.

#### Ablauf von Beratung & Verkauf im RTC

Damit Sie als Clubbetreiber zu jedem Zeitpunkt "die Zügel in der Hand behalten" und die Therapie in Ihrem Sinne ausrichten können, sind standardisierte Prozesse sehr wichtig. Nur

so stellen Sie sicher, dass der Beratungserfolg nicht von den kommunikativen Fähigkeiten der Physiotherapeuten abhängt. Durch professionell aufbereitete Beratungsunterlagen und massgeschneiderte Schulungsmassnahmen wird im Rückentherapie-Center sichergestellt, dass alle Therapeuten und Trainer nicht nur fachlich gut, sondern auch kommunikativ auf hohem Niveau arbeiten. Die Standardisierungen umfassen insbesondere die folgenden Bereiche:

- · Standardisierte Anamnese
- · Standardisierte Messungen
- Standardisiertes Beratungsprozedere
- Standardisierter Therapieverlauf

Die Beratung des Patienten findet entweder in der ersten Einheit Physiotherapie im Rahmen der Ist-Zustandsanalyse oder als separater Termin zusammen mit einem ebenfalls standardisierten Wirbelsäulenscreening statt. Der bei Therapeuten häufig anzutreffende Fachjargon muss in patientengerechte Sprache heruntergebrochen werden mit dem Ziel, dem Patienten die über das jeweilige Beschwerdebild hinausgehende Notwendigkeit eines dauerhaften Trainings und den Mehrwert der angebotenen Therapieleistungen zu vermitteln. Dies gelingt am besten durch visuell gut aufbereitete Unterlagen und entsprechend geschulte Therapeuten unter Berücksichtigung folgender Aspekte:

- Erläuterung der vom Arzt gestellten Diagnose
- Vermittlung einer fachlich fundierten Problemlösungsstrategie
- Bezugnahme auf die individuellen Wundheilungsphasen des Patienten
- Aufzeigen eines optimalen Behandlungsverlaufs

Der Einsatz von Konzepten wie dem RTC macht Sie als Clubbetreiber unabhängig. Der Patient kommt aufgrund eines problemlösenden Angebots und nicht aufgrund eines bestimmten Therapeuten zu Ihnen.

Zudem wird der Übergang von der Behandlungsliege hin zum Training bei Ihnen im Center deutlich erleichtert, da der Patient bereits in der Frühphase der Therapie an Geräten behandelt wird.



## Salz ist doch nicht ungesund?



Ein kanadisches Forscherteam hat in einer grossen Vergleichsstudie herausgefunden, dass ein erhöhter Salzkonsum nicht zwingend zu einem Hirnschlag oder Herzinfarkt führt.

Wer wenig Salz isst, lebt gesünder. Oder etwa doch nicht? Jetzt zeigt sich: Salz ist doch nicht so schlecht für unseren Körper, wie lange angenommen. Im Gegenteil, Salz kann uns sogar gesünder machen. Nur ein sehr hoher Salzkonsum, von 13 Gramm und mehr pro Tag, erhöht das Risiko eines Hirnschlags. Dies berichtet das Forscherteam um Andrew

Mente und Salim Qusuf von der Universität im kanadischen Hamilton. Aufhorchen lässt, dass ein Salzkonsum zwischen fünf und zwölf Gramm täglich das Herzinfarktrisiko reduzieren und somit lebensverlängernd sein kann. Bislang empfahl die WHO gerade mal fünf Gramm pro Tag, der Schweizer Durchschnitt liegt bei etwa neun Gramm.

Franz Messerli, Medizinprofessor an der Universitätsklinik für Kardiologie am Berner Inselspital sagt: "Man muss die Studie ganz sicher ernst nehmen." Menschen in Ländern mit einem viel höheren als dem empfohlenen Salzkonsum, zum Beispiel China oder die Schweiz hätten mit eine der höchsten Lebenserwartungen weltweit, sagt der Bluthochdruck-Experte Messerli. Es könnte sein, dass man künftig Patienten mit koronaren Herzerkrankungen gar motivieren werde, den Salzkonsum leicht zu erhöhen.

Die Fachgruppe "Salz und Gesundheit" publizierte vor vier Jahren im Auftrag der Schweizerischen Herzstiftung ein Positionspapier zum Thema Salzkonsum. Darin steht, dass exzessiver Salzkonsum gesundheitsschädigend ist, und darum langfristig von acht auf fünf Gramm täglich gesenkt werden soll. Messerli bezweifelt, dass diese Reduktion sinnvoll ist. Einzig bei Menschen mit hohem Blutdruck mahnt er zur Mässigung beim Salzkonsum.

## Digitaler Stress nimmt zu

Das Smartphone ist die neue Volksdroge. 88 Mal am Tag zücken wir laut einer aktuellen Studie das Smartphone. Insgesamt verbringen wir jeden Tag zweieinhalb Stunden am Handy. Dabei wird die Zahl der Personen ohne Handy immer kleiner: Während in der Schweiz jeder vierte Silver Surfer (55 bis 69 Jahre) kein Smartphone besitzt, sind es bei den Digital Natives (14 bis 29 Jahre) noch gerade mal drei Prozent.

Der digitale Stress in der Gesellschaft nimmt zu. "Es ist aber nicht das Gerät, das den Stress verursacht, sondern alles, was damit in Verbindung steht", sagt Gregor Waller, Medienpsychologe an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. Einen potenziellen Stressfaktor stelle etwa die Kommunikationsfrequenz dar. "Zuweilen sammelt sich auf den verschiedenen Kanälen eine so grosse Menge an Nachrichten an, dass man beim Lesen ins Hintertreffen gerät" sagt Haller. Abhilfe schaffen kann dann nur der Blick aufs Handy.



Problematisch wird laut Haller die Smartphone-Nutzung, wenn man immer mehr Zeit am Handy verbringt und deswegen anderswo Abstriche machen muss. "Gravierend wird es, wenn es aufgrund des Smartphone-Gebrauchs gar zu Konflikten im Beruf oder in der Schule kommt".

## Apple Watch 4 mit EKG-Messwerten

Deutsche Herzspezialisten sehen Risiken bei der Interpretation der EKG-Messungen der Apple Watch Series 4. Apple baue die Smartwatch von einem Fitnessgerät immer mehr in Richtung zu "medizinischen Fragestellungen" aus, bevor diese Daten jedoch "konkrete Handlungsempfehlungen" ermöglichen, seien weitere klinische Studien zwingend notwendig.

Kardiologen warnen: Watch-EKG kein Ersatz für Arztbesuch

Man dürfe die Apple Watch nicht als Ersatz für einen Besuch beim Arzt verwenden, sondern nur als Unterstützung der Diagnostik durch einen betreuenden Arzt sehen. Das 1-Kanal-EKG könne aber ein "wertvolles Monitoring-Tool zur Etablierung wichtiger Informationen für Patienten und Ärzte darstellen".

Die Apple Watch Series 4 soll durch die EKG-Funktion Vorhofflimmern frühzeitig erkennen. Neben dem optischen Pulssensor hat Apple dafür einen elektrischen Sensor auf der Unterseite der Uhr ergänzt sowie eine Elektrode in der Aussenseite der digitalen Krone. Durch Auflegen des Fingers können Nutzer so ein EKG anfertigen.

Die EKG-Funktion respektive Apples EKG-App hat bislang nur in den USA eine Zulassung durch die zuständige Behörde FDA erhalten. Apple wollte sich zur Deutschland-Zulassung der EKG-App für die Apple Watch bislang nicht konkret äussern. Seit Ende 2016 ist bereits ein von einem Dritthersteller vertriebenes EKG-Armband für die Apple Watch in Deutschland zugelassen, das praktisch den gleichen Funktionsumfang bietet.



# **FITNESSCLUBS** SCHWEIZWEIT GESUCHT!

## Bereit den Staffelstab abzugeben?

Wir suchen Fitnessclubs zur Übernahme mit folgenden Kriterien:

- Einzugsgebiet mit mindestens 20.000 Personen
- . Ca. 1.000 bis 2.000 m<sup>2</sup> Grösse

Zögern Sie nicht uns zu kontaktieren: expansion@basefit.ch



# Positionieren Sie sich im Markt der Zukunft



Von Roland Steiner

Medizinische Trainingscenter decken die Bedürfnisse stark wachsender Kundengruppen ab und sind ein wichtiger Zukunftsmarkt. Doch nur wer die richtige Infrastruktur für sein Unternehmen schafft, kann wirtschaftlich erfolgreich arbeiten.

Zu Beginn des Fitnessbooms trainierten in den Fitnesszentren mehrheitlich gesunde, sportliche und jüngere Menschen. Das Hauptziel des Trainings war ein schöner, muskulöser Körper. Da der Nutzen des Trainings für Gesundheit und Wohlbefinden zunehmend erkannt, wissenschaftlich belegt und über die Medien verbreitet wurde, hat sich dies in den letzten Jahren grundlegend geändert. Heute trainieren in Fitnesscentren viele ältere Menschen und solche mit körperlichen Beschwerden wie Rückenund Gelenkproblemen oder Übergewicht. Die Beratung und Betreuung dieser Kunden erfordert oft medizinisches Fachwissen, über das auch ein gut ausgebildeter Fitnesstrainer nicht verfügt. Um diese Kundengruppen optimal beraten und betreuen zu können, arbeiten Fitnesszentren immer häufiger mit Physiotherapeuten und Ärzten zusammen

Unzählige Studien belegen die positiven Wirkungen eines Trainings und einer Trainingstherapie in der Rehabilitation. Ein Training fördert den Wiederaufbau nach Verletzungen oder Operationen und beschleunigt den Heilungsprozess. Der Patient ist schneller gesund und das Training verhindert oder reduziert Rückfälle.

## Training und Therapie gehören zusammen

Der Nachweis über die Wirksamkeit einer Therapie wird in Zukunft an Bedeutung zunehmen. Training und Trainingstherapie leisten einen wissenschaftlich nachgewiesenen Beitrag sowohl in der Primär- als auch in der Sekundär- und Tertiärprävention. Der nahtlose Übergang von der postoperativen Behandlung über die Trainingstherapie zum Aufbautraining gewährleistet einen optimalen Heilungsverlauf und regelmässiges Training sichert die nachhaltige gesundheitliche Stabilisierung.

In einem Fitness-Guide medical Bewegungsmedizin Center (FGMBC)

profitieren alle: Trainierende erhalten sich ihre Gesundheit und beugen Beschwerden vor, Patienten sind schneller gesund und leistungsfähig, Ärzte haben die Gewissheit, dass ihre Patienten optimal therapiert werden, das FGMBC generiert Einnahmen, die Krankenversicherungen sparen Kosten und Unternehmen haben weniger krankheits- bzw. unfallbedingte Ausfalltage.

## Das richtige Konzept: Alles unter einem Dach

Heute gibt es am Markt verschiedene Konstruktionen.

Variante 1: Eine Physiotherapiepraxis erweitert ihr Therapieangebot durch ein Trainingsangebot.

Variante 2: Ein Fitnesszentrum erweitert sein Angebot um eine Physiotherapie.

Variante 3: Eine Physiotherapie und ein Trainingszentrum beschliessen eine Zusammenarbeit.



In allen Fällen können Synergien nur optimal genutzt werden, wenn Physiotherapie und Training nebeneinander unter einem Dach angeboten werden. Bei den ersten beiden Konstruktionen ist das wirtschaftliche Interesse durch den Besitz des Unternehmens gegeben, nicht aber in der dritten. Gehen eine Physiotherapie und ein Trainingszentrum als eigenständige Firmen eine Kooperation miteinander ein, ist das Engagement beider (beispielsweise über Provisionen bei Querverkäufen) in den meisten Fällen bescheiden. Zentral für das Konzept ist die Positionierung bzw. die Frage, wie sich das FGMBC bezüglich Kompetenz, Qualität und Image von der Konkurrenz abheben will.

### Von der Therapie ins Training

Physiotherapeuten verstehen sich als medizinische Fachkräfte. Die Patienten kommen in die Therapie, weil sie vom Arzt verordnet wurde. Und die Therapie ist beendet, wenn der Patient «wiederhergestellt» ist. Dies ist noch heute das weit verbreitete Therapieverständnis vieler Physiotherapeuten. Ein wichtiges Ziel der Integration von Therapie und Training besteht aber gerade darin, dass der Patient nach Abschluss der Therapie ein Trainingsabonnement kauft und regelmässig trainiert. Denn nur so können Rück-

fälle vermieden werden. Das Therapieziel ist erst erreicht, wenn der Patient Mitglied im Trainingszentrum geworden ist.

#### **Verkaufs- und Trainingskompetenz**

Der Übertritt von der Therapie ins Training geschieht jedoch nicht von alleine. Der Physiotherapeut muss den Patienten aufklären, ihm den Nutzen des Trainings aufzeigen und ihn auf das weiterführende Bewegungsprogramm nach der Therapie vorbereiten. Mit anderen Worten: Er muss vom ersten Therapietermin an mit der Aufklärung beginnen. Genau damit tun sich Physiotherapeuten oft schwer. Die Anzahl der Übertritte hängt aber wesentlich von der Aufklärung des Patienten durch den Physiotherapeuten während der Therapie ab. Es ist daher wichtig, die Physiotherapeuten intensiv auf ihre Rolle als «Aufklärer» vorzubereiten und zu schulen. Das Gleiche gilt im Training: Nicht jeder kompetente Physiotherapeut ist ein kompetenter Trainer. Fundiertes und aktuelles Wissen über Krafttraining, Ausdauertraining usw. ist für das FGMBC-Personal zwingend notwendig.

#### Nutzen kommunizieren

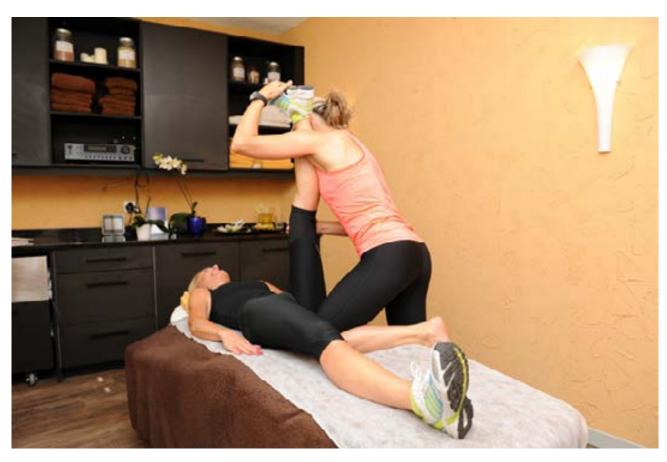
Der Nutzen für den Kunden aus der Kombination von Training und Therapie ist ein zentraler Wettbewerbsvorteil. Gesundheit ist ein kostbares Gut und für die Gewissheit, wissenschaftlich fundiert beraten und medizinisch kompetent betreut zu werden, sind Kunden auch bereit, einen Mehrpreis zu bezahlen. Der Nutzen des kombinierten Angebots muss immer wieder kommuniziert werden. Nur dann kann sich das FGMBC von einem «gewöhnlichen» Fitnesszentrum abheben und von Wettbewerbsvorteilen profitieren.

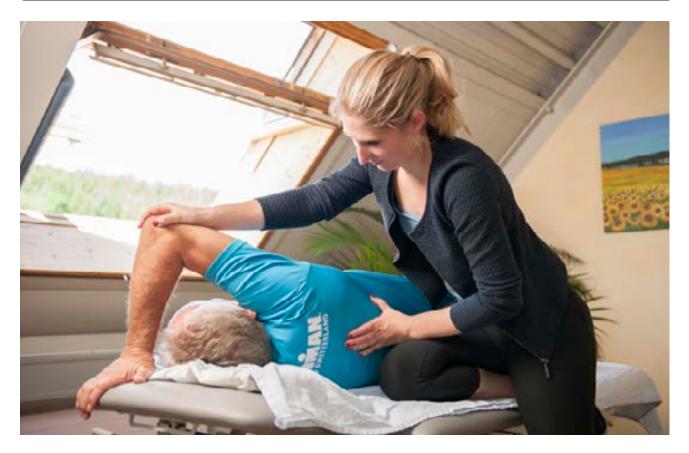
#### Ein Arzt im Haus bietet viele Vorteile

Bei bestehenden oder neu auftretenden Beschwerden am Bewegungsapparat der Trainierenden kann eine erste Diagnose direkt im Haus erstellt werden. Bewegungsmedizinische Beratung und Trainingsempfehlungen lassen sich unmittelbar adaptieren und die Kommunikation mit dem behandelnden Hausarzt kann direkt eingeleitet werden. Ebenso ist eine direkte physiotherapeutische Verordnung möglich. Der Kunde bleibt länger im Training und Trainingsunterbrüche können sogar vermieden werden.

#### **Fazit**

Ein FGMBC befriedigt die Bedürfnisse stark wachsender Kundengruppen, denen Qualität und medizinische Kompetenz wichtig sind. Die Vorteile für FGMBC-Unternehmen sind





- mehr Kunden dank medizinischem Qualitätsimage, auch durch Zuweisungen von Hausärzten
- zusätzliche Einnahmequelle durch Abo-Verkäufe an austretende Physiotherapiepatienten
- zusätzliche Patienten aus dem Trainingsbereich für die Physiotherapie

### Anforderungskonzept des SFGV für ein Fitness-Guide medical Bewegungsmedizin Center FGMBC

Im Rahmen der Zertifizierung des Fitnessunternehmens im Fitness-Guide (mehr Infos unter www.fitness-guide.ch) kann das hier vorgestellte Konzept realisiert werden:

## **Zusatz Zertifizierung Fitness-Guide** medical

Fitnesscenter, Unternehmungen, die einen Arzt und eine Physiotherapie im Hause haben (stundenweise, Details siehe unter Fitnesscenter anmelden auf fitness-guide.ch), können das Zusatz-Label Fitness-Guide medical erwerben.

Diese Auszeichnung bestätigt, dass ein Kunde dieses Unternehmens vor Ort die Beratung eines Arztes oder Physiotherapeuten in Anspruch nehmen kann. Damit ist eine interdisziplinäre Zusammenarbeit und Vernetzung sichergestellt.

## Fitness-Guide medical (ab drei Sternen möglich)

- · Physiotherapie im Hause
- · Arztpraxis im Hause
- Synergien mit Therapeuten/ Ärzten

Es wird immer Erkrankungen geben, die eine Operation erfordern oder die Pharmazeutika benötigen. Forschungserrungenschaften werden auch in Zukunft Krankheiten positiv beeinflussen oder sogar heilen, die momentan nur mit modernster Notfallmedizin und -technologie zu beherrschen sind.

Trotzdem sollte man bereit sein, Bestehendes zu hinterfragen, man sollte Widersprüche nicht einfach akzeptieren sowie neuen Wegen und Denkweisen offen gegenüberstehen. Dadurch erweitert sich sowohl das Wissen als auch das Bewusstsein für die eigene Gesundheit.

«Heilen» kann man auf vielfältige Weise. Dazu gehört auch, sein Gegenüber ernst zu nehmen und ihm Achtsamkeit und Präsenz zu widmen. In erster Linie sollte der Mensch im Mittelpunkt des Geschehens stehen. Für jeden Einzelnen gibt es eine individuelle Lösung, man muss sie nur finden.

Das Ziel sollte sein, die «verschiedenen Welten» der Medizin zu verbinden; das Bekannte mit dem Unbekannten, das Bewährte mit dem Neuen, einzelne Teile zu einem Ganzen.

Auch wenn Weisheit, Glück und Gesundheit nicht über Nacht vom Himmel fallen, ist es für die Branche sehr wichtig, dass sie sich weiter bewegt und dieses Ziel Schritt für Schritt verfolgt.



Roland Steiner, Vizepräsident des Schweizerischen Fitness- und Gesundheitscenter Verbandes SFGV — Leiter der Geschäftsstelle

## Das ultimative Medikament «Fitness»

## Garantiert ohne negative Nebenwirkungen



Das neue Marketing-Tool für Bewegungsmedizin ist Ihnen vor kurzem per Post zugestellt worden. Es ermöglicht Ihnen, direkt zum Thema «Bewegung ist die beste Medizin» Stellung zu nehmen und mit Ihren Kunden und Interessenten ins Gespräch zu kommen.

Der Einsatz der Schachtel ist vielfältig und reicht von der Weiterempfehlung durch Ihre Stammkunden über die Verteilung an Neukunden bis zur Platzierung bei Therapeuten und Arztpraxen, mit denen Sie kooperieren.

Nutzen Sie dieses Tool um Ihre Positionierung als bewegungsmedizinisches Center zu unterstreichen. Bitte beachten Sie die Möglichkeiten der individuellen Anpassungen im unten aufgeführten Bestellschein.

Der Gesundheitspark Thalwil hat bereits erste Erfahrungen gesammelt und sein «Medikament» unter die Leute gebracht. André Tummer erzählt: «Wir haben Schachteln mit der Packungsbeilage sowohl über Arztpraxen als auch direkt unter die Leute gebracht. Zuerst ist die Überraschung jeweils gross. Aber die Reaktionen sind durchs Band positiv. Die Message wird sehr schnell

verstanden. Das Ziel, dass die Thematik von einer anderen Seite betrachtet wird, ist auf jeden Fall erfüllt. Wir können dieses Tool nur sehr empfehlen »

## Wie können Sie Exemplare für Ihr Center bestellen?

Sie haben ein Muster erhalten. Wenn Sie den Text so übernehmen möchten, muss nur Ihr Logo und Ihre Kontaktadresse auf der Packung und auf der Beilage geändert werden.

## Exemplare ohne Textänderung, nur Logo und Adresse

Sie möchten 500 Exemplare bestellen? Die Kosten dafür sind folgende: Druck Schachtel und Packungsbeilage CHF 800. Der Aufwand für die Druckvorlage mit Logo und Adresse, das Projektmanagement und das Handling (Bestellung, GzD, Organisation Druck und Lieferung usw.) wird mit CHF 640 berechnet. So entstehen für Sie Totalkosten von CHF 1440 zzgl. MwSt..

Sie erhalten nach dem «Gut zum Druck» eine Gesamtrechnung von der Werbeagentur. Bitte füllen Sie das Bestellformular aus und senden Sie Ihr Logo an: sfgv@rufwerbung.ch.

Übrigens: Falls Ihr Center nicht Fitness-Guide-zertifiziert ist, wird der Hinweis auf den Fitness-Guide weggelassen.

### **Exemplare mit Textänderung**

Sie möchten einen angepassten Text verwenden oder das Design ändern (Stanzform bleibt gleich)? Sie können im Mitgliederlogin das PDF der Stanzvorlage oder das Indesign-File downloaden. Reine Textänderungen können Sie in Acrobat mit der Funktion «Notiz hinzufügen» angeben. Für Designänderungen können Sie das Indesign-File nach Ihren Wünschen anpassen. Dann senden Sie das PDF unter Angabe der gewünschten Auflage an: sfgv@rufwerbung.ch. Natürlich können Sie die Anpassungen auch durch die Werbeagentur RUF ASW machen lassen. Sie erhalten dann eine angepasste Offerte von der Werbeagentur.

Bitte füllen Sie das Formular online unter www.sfgv.ch aus und senden es an:

www.sfgv.ch/home/formulare/bestellung-medikamentenschach-tel-mit-packungsbeilage/

Wir wünschen auch Ihnen viel Erfolg mit dieser Kampagne.

# Afrikas schnell wachsende Fitnessbranche

1,216 Milliarden Menschen leben in Afrika. Damit ist Afrika der zweitgrösste Kontinent der Welt. Mit Ausnahme von Südafrika befindet sich die Fitnessbranche in einem frühen Entwicklungsstadium.

Die wachsende Internetabdeckung, die der Bevölkerung ermöglicht auch ausserhalb der grossen Städte Online zu sein, steigert das Fitnessbewusstsein und den



Hans Muench

**Geboren:** 12.07.1958 in Toronto, Kanada **Familienstand:** geschieden, 2 Kinder (23/25 Jahre)

Nationalität: Deutsch und Kanada Wohnsitz: Winterthur, Schweiz Education: MBA Intl. Business (MIBS) Univ. of South Carolina 09-1983 bis 06-1985

Diplomarbeit – Untersuchung des europäischen Fitnessmarktes vom Juli 1984-Januar 1985

Sprachen: Englisch (Muttersprache); Deutsch (fliessend); Französisch (gut) 01.2008 bis 01.2016: IHRSA (International Health, Racquet & Sportsclub Association), Boston, USA) Director of Europe 09-2002 bis 12-2007: Nautilus Germany GmbH, D-Köln/Munich - Area Manager, Süddeutschland /Österreich - Key Account Co-Manager: Fitness First, Elixia, Body & Soul - Unterstützte europäischen Hotelmarkt-Entwicklung (HOTEC, Budapest)

**05-2001 bis 08-2002:** BSA /BA, D-Munich - Manager des neuen Stützpunktes für führende Fernstudiumanbieter für Fitness - Involviert in die Einführung des neuen dreijähriges BA\_Studium

**10-1999 bis 05-2001:** Fit- Plus Fitness Center (Elixia), D-Munich - Chief Development Officer Unterstützt die Besitzer bei Beteiligung und Verkauf an Fremdinvestoren, Expansionsplanung und Integrationsarbeit der neuübernommene Anlagen

**1986-87:** Initiator des Tennis-Fitness-Mental Training Camps in Südtirol

**07-1985 bis 03-1996** und **11-1986 bis 03-1987**: Oase, D-Bochum, Projektmanager

E-Mail: <a href="mailto:hans@hans-muench.com">hans@hans-muench.com</a> T: +41-77-975-5180 Wunsch gut auszusehen und sich gut zu fühlen. Hierdurch wird das Marketing und somit auch die Bekanntheit und Verbreitung von Fitnessangeboten in allen Teilen Afrikas schneller wachsen und zur Beschleunigung dieses Trends beitragen.

Der Trend, Fitness im Land zu etablieren schreitet voran. Vor allem Jugendliche und junge Erwachsene sowie die wachsende Mittelschicht werden zunehmend begeisterungsfähig sein. Nachdem sich in Südafrika die Fitnessbranche bereits vor Jahren etablierte (Virgin Active ist seit über 10 Jahren dort mit 70 Clubs präsent), ist heute Ostafrika der Zielmarkt für das neue Fitnesswachstum. Kenia, Äthiopien und Tansania sind daran, sich der Fitnesswelle anzuschliessen.

- Angebote von Fitnessausbildungen für den lokalen Markt
- Investitionen, um "First Mover-Vorteile" durch internationales Wissen und lokale Verbindungen zu erzielen
- Lieferanten, um sich mit einem eigenen Büro oder einem lokalen Vertrieb niederzulassen und sowohl neue Geräte als auch gebrauchte Produkte zu verkaufen
- Partnerschaften mit Einkaufszentren und Immobilienbesitzern
- Schnelle Aufstiegschancen für Mitarheitende

Yves Preissler, ursprünglich aus Deutschland, hat über 20 Jahre in der Fitnessszene im Mittleren Osten verbracht und ist einer der ersten Berater für Fitness in Ostafrika. Er beschreibt die Entwicklung mit folgenden Worten: «Das Training junger Afrikaner ist Teil einer sich wandelnden Mentalität und Anpassung an eine internationale Kultur der Gesundheit und

Tabelle: Ostafrika auf dem Weg zum mittleren Einkommen

	Per capita income (end 2011)	Average growth 2000- 2009	Average population growth 2000- 2009	Per Capita Income in 2020 if past trends continue	Year Kenya will be overtaken if past trends continue
Kenya	784	3.7	2.6	862	N/A
Rwanda	556	7.7	3.1	828	2022
Tanzania	546	6.8	2.7	783	2024
Uganda	528	7.2	3.2	751	2025

Quelle: World Bank estimates and projections

Die Preise zeigen sich diversifiziert. Lokale Fitnessclubs verlangen 35–45 Euro pro Monat, wobei neue Center der Oberklasse über 100 Euro monatlich verrechnen. In letzter Zeit tauchen immer mehr Budgetketten auf, mit Preisen von ca. 20 Euro pro Monat.

Die ostafrikanische Bevölkerung liegt heute bei über 435 Millionen Menschen, mit einem schnell wachsenden Einkommensniveau. Aktuell gibt es ca. 170 Fitnessclubs in Ostafrika, Experten rechnen mit einem explosiven Wachstum in den nächsten fünf Jahren von aktuell 51'000 auf über 400'000 Mitglieder. Nairobi verfügt über eine der grössten Fitnesscentergemeinden mit einem aktiven Bodybuilding-Verband (KBBF). Auch Cross-Fit Games finden hier statt.

### Vielseitige Möglichkeiten für Investoren, Berater und Ausrüster

In dieser frühen Phase gibt es viele Möglichkeiten für Investoren, Berater, Ausrüster und Mitarbeitende aus Europa, sich in diesem Markt einzubringen:

Eröffnung von eigenen Clubs und Beteiligung an Ketten, die sich entwickeln Fitness. Auf dem gesamten Kontinent entsteht eine wachsende fitness-orientierte Kultur».

Natürlich ist Fitness in Afrika nichts Neues. Äthiopien ist stolz auf seine Langstreckenlauf-Kultur und die Resultate bei internationalen Wettbewerben und bei den Olympischen Spielen. Aber der Kontinent ist noch nie für eine aktive Trainingskultur bekannt gewesen. Doch in den letzten fünf Jahren haben sich immer grössere und professionellere Fitnessstudios auf dem Markt durchgesetzt.

«Die Expansion jeder afrikanischen Fitnesskette erfordert Strategie, Netzwerke und mehr Kapital, welches in den meisten Ländern nicht so leicht verfügbar ist, und stellt daher eine grosse Chance für ausländische Investitionen dar» ergänzt Preissler.

Eine UK-Kette wird Ende 2018 ihr erstes Fitnesscenter auf dem afrikanischen Kontinent eröffnen, und zwar in Nairobi, Kenia. Laut Planung sollten es schnell 20 Center in Ostafrika werden.









MotionCage



**ROC-IT Plate Loaded** 

Shark Professional Fitness
Landstrasse 129 · 5430 Wettingen
Tel: 056 427 43 43 · Fax: 056 426 60 10
E-Mail: info@sharkfitness.ch

The Shark Fitness Company



## **HYROX**

Im Herbst 2018 startet die weltweit erste Fitness-Challenge für alle: HYROX. 8x 1 km Running und 8 verschiedene Workouts. Und die erste Weltmeisterschaft an der FIBO 2019.



#### **Das Konzept**

HYROX verbindet als erste Sportart drei verschiedene Trainingsmethoden in einem einzigartigen Event: der Fitness-Challenge FOR EVERY BODY. Die Kombination aus funktionellem Krafttraining, hochintensivem Intervalltraining und klassischem Ausdauersport macht HYROX nicht nur einmalig, sondern auch messbar.

Denn HYROX heisst auch immer Competition! Pro Event stellen sich bis zu 2'500 Athleten in unterschiedlichen Leistungsklassen (Divisions: HYROX Men/Women und HYROX Pro Men/ Women) derselben Challenge: 8 harte Workouts und 8 x 1000m Running. Antreten kann JEDER! Egal, ob Freizeit- oder Profisportler — am Ende erreichen alle Ihre persönlichen körperlichen Grenzen. Die individuellen Finisherzeiten aller Athleten können anschliessend dank des immer gleichen Event-Setups weltweit verglichen und in einem globalen Ranking zusammengefasst werden.

Die Krönung jeder HYROX-Saison sind die Weltmeisterschaften der verschiedenen Altersklassen. Veranstaltungsort 2019: die FIBO in Köln — vor den Augen von 150'000 Besuchern!

#### **HYROX Divisions**

HYROX ist so konzipiert, dass jeder, der gerne Sport treibt, die Competition

schaffen kann. Egal ob Mannschaftssportler, Läufer, Triathlet, Obstacle-Racer oder Cross-Fitter. Oder auch, Trainierende, die einfach nur regelmässig ins Fitnessstudio gehen. Ganz egal: Durch die unterschiedlichen Divisions finden Trainierende bei HYROX immer die richtige Herausforderung. Grenzen testen — als Einzelstarter oder als 2er Double.

#### Die Challenge

1 km Laufen

- 1000 m Ski-Langlauf-Ergometer
   1 km Laufen
- 2x 25 m Sled Push
- 1 km Laufen
- 80 m Burpee Broad Jump
- 1 km Laufen
- 1000 m Ruder Ergometer
- 1 km Laufen
- 200 m Kettle Bells Farmers Carry
   1 km Laufen
- 100 m Sandbag Lunges
- 1 km Laufen
- 100x Wall Balls

Der Schwierigkeitsgrad variiert zwischen den Leistungsklassen Women, Men, Pro Women und Pro Men durch die Höhe der Gewichte und die Anzahl der Wiederholungen. Die Laufstrecke ist für alle Teilnehmer dieselbe.



#### Veranstaltungsorte und Daten

Leipzig	20.10.2018
Hamburg	3.11.2018
Essen	10.11.2018
Wien	8.12.2018
Stuttgart	15.12.2018
Hannover	26.1.2019
Nürnberg	9.2.2019
Karlsruhe	30.3.2019
Köln	7.4. und 8.04.2019

www.hyrox.com





QualiCert ist das führende Schweizer Prüfinstitut für gesundheitsfördernde Bewegung und Training.

## Normen und Anforderungen

QualiCert überprüft aktuell die Konformität folgender anerkannter Normen und Anforderungskataloge:

- DIN 33961:2013 (offizielle Deutsche Norm für Fitness-Studios)
- Qualitop-Anforderungen für Fitness- + Trainingscenter inkl. Personalqualifikationen
- Qualitop-Anforderungen für Anbieter gesundheitsfördernder Kurse inkl. Leiterqualifikationen
- Sicherheitsnorm FitSafe für höchste Sicherheit beim Training
- Vibrationstraining
- EMS[Safe] für Sicherheit beim EMS-Training



## Gesundheitszustand der Deutschen auf dem Tiefpunkt

Die Deutschen sind Bewegungsmuffel. Viele kommen pro Tag nicht einmal auf zehn Minuten Bewegung am Stück. Diese traurige Bilanz zieht der Report der DKV-Versicherung "Wie gesund lebt Deutschland?". Der Bericht zeigt: Der Gesundheitszustand der Deutschen hat neue Tiefstwerte erreicht.

Die meisten Deutschen haben das Gefühl, ein gesundes Leben zu führen – doch die wenigsten tun das tatsächlich. 61 Prozent stuften ihren Gesundheitszustand als "gut" oder sogar "sehr gut" ein. Die Auswertung der Interviewfragen ergab jedoch: Nur neun Prozent der Befragten leben tatsächlich rundum gesund.

#### Die Deutschen bewegen sich zu wenig

Das grösste Problem der Deutschen ist ein Mangel an Bewegung. Weniger als die Hälfte ist körperlich aktiv. Jeder Zehnte gab in der Befragung an, überhaupt keiner körperlichen Aktivität nachzugehen, die länger als zehn Minuten am Stück dauert. Dies lässt

sich laut der Studie auf zwei Entwicklungen zurückführen: Zum einen werde heute weniger körperliche Arbeit verrichtet, zum anderen habe auch der Sport in der Freizeit nachgelassen. Fast 80 Prozent der Befragten machen ausserhalb des Jobs nicht genug, um das Mindestmass zu erreichen. Sie gehen etwa nicht häufig genug zu Fuss oder fahren Fahrrad, um von A nach B zu kommen.

Dafür sind die Deutschen ein Volk der Vielsitzer. Auf fast acht Stunden summieren sich im Durchschnitt die Sitzzeiten an Werktagen — bei der Arbeit, aber auch am Fernseher, am Computer oder im Auto.

#### Immer weniger Raucher

Die erfreuliche Botschaft aus Sicht der Gesundheitsexperten: In Deutschland gibt es immer mehr Nichtraucher. Nur noch 21 Prozent greifen demnach zur Zigarette. Und immerhin 82 Prozent trinken laut Umfrage gar nicht oder nur gelegentlich Alkohol.

## Ist ein erhöhter Verzehr von Omega-3-Fettsäuren weitgehend nutzlos?



tige Omega-3-Fettsäuren genannt und sind in fetthaltigem Fisch wie Lachs oder Fischölen, einschliesslich Lebertran, enthalten.

Beispiel in Nüssen und Samen. EPA und DHA werden auch langket-

Die Studien schlossen Männer und Frauen ein, einige gesund und andere mit bestehenden Krankheiten aus Nordamerika, Europa, Australien und Asien. Die Teilnehmer wurden zufällig entweder der Interventionsgruppe, in der Teilnehmer vermehrt Omega-3-Fettsäuren für mindestens ein Jahr aufnahmen, oder der Kontrollgruppe, die ihre gewöhnliche Einnahme beibehielt, zugeteilt.

Die meisten Studien untersuchten die Wirkung der Verabreichung eines Nahrungsergänzungsmittels mit langkettigen Omega-3-Fettsäuren in Kapselform und verglichen diese mit einem Placebo.

Der erhöhte Verzehr von Omega-3-Fettsäuren wird weltweit befürwortet, weil man allgemein davon überzeugt ist, dass dies vor Herzkrankheiten schützt. Ein neuer Cochrane-Review stellt dies jetzt in Frage. Der Review fasst die Ergebnisse von 79 randomisierten Studien mit 112'059 Teilnehmern zusammen.

Die Hauptarten von Omega-3-Fettsäuren sind alpha-Linolensäure (ALA), Eicosapentaensäure (EPA) und Docosahexaensäure (DHA). ALA ist natürlicherweise in pflanzlicher Nahrung enthalten, zum

Die Cochrane-Autoren fanden heraus, dass die erhöhte Aufnahme der langkettigen Omega-3-Fettsäuren für die meisten betrachteten Erhebungen nur einen geringen oder gar keinen Nutzen bringt. Sie fanden sehr vertrauenswürdige Evidenz dafür, dass langkettige Omega-3-Fettsäuren wenig oder keine bedeutsame Wirkung auf das Sterberisiko jeglicher Ursache hatten: Das Sterberisiko jeglicher Ursache betrug 8,8 % bei Personen, die ihre Aufnahme von Omega-3-Fettsäuren erhöht hatten, gegenüber 9 % bei Personen in den Kontrollgruppen.

## Studie: Kohlenhydratarme Ernährung kann Leben verkürzen – ausser bei Vegetariern

Eine kohlenhydratarme Ernährung, die derzeit beliebt ist, weil sie einen raschen Diäterfolg ermöglicht, kann nach den Ergebnissen einer prospektiven Kohortenstudie, das Sterberisiko ebenso erhöhen, wie ein hoher Anteil von Kohlenhydraten in der Ernährung. Von wesentlicher Bedeutung scheint die Herkunft der Proteine und Fette zu sein, die die Kohlenhydrate ersetzen.

Die Ernährungsempfehlungen haben sich in den letzten Jahren geändert. Nachdem lange Zeit eine fettarme Diät als Mittel gesehen wurde, die Cholesterinwerte zu verbessern und einer Atherosklerose vorzubeugen, soll jetzt eine kohlenhydratarme Ernährung die derzeitige Adipositas- und Diabetesepidemie bekämpfen.

Weitere Analysen ergaben, dass die Art der Fette und Proteine, die die Kohlenhydrate bei einer kohlenhydratarmen Ernährung ersetzen, einen grossen Einfluss haben. Es wurde zwischen einer vegetarischen und einer fleischhaltigen Kost unterschieden.

Die vegetarische Diät war bei einer kohlenhydratarmen Ernäh-

rung mit einem um 18 % verminderten Sterberisiko assoziiert, bei einer fleischhaltigen Diät war das Sterberisiko dagegen um 18 % erhöht.

Die Gründe für die Vorteile der vegetarischen Kost kann die Studie nicht klären. Es wird vermutet, dass ein hoher Anteil tierischer Fette und Proteine Entzündungsvorgänge im Körper stimuliert und durch oxidativen Stress die biologische Alterung beschleunigt. Bei einem zu geringen Verzehr von Obst und Gemüse könnten Mangelzustände bei Vitaminen und Spurenelementen auftreten.

Andrew Mente und Salim Yusuf von der McMaster University in Hamilton/Kanada raten im Editorial grundsätzlich zur Mässigung bei Diäten. Obwohl Kohlenhydrate technisch gesehen kein essentieller Nährstoff sind (im Gegensatz zu Proteinen und Fetten), müsse eine gewisse Zufuhr gewährleistet sein, etwa um bei körperlicher Aktivität den kurzfristigen Energiebedarf zu decken.



 $Hard\ Candy,\ Mailand\ /\ Easy\ Fit,\ Rom\ /\ Gimnasium\ Health\ Club\ \&\ SPA,\ Castione\ /\ \ Just\ Fit\ Premium,\ K\"oln\ Gandy,\ Mailand\ /\ Gandy,\ Mailand\ /\ Gandy,\ G$ 

#### DEUTSCHLAND / ÖSTERREICH

## fit interiors

Gruppo P&G srl Bad Nauheimer Str. 4 64289 Darmstadt Tel. +49 (0) 6151-73475 125 Fax +49 (0) 6151-73475 150 infodeutschland@gruppopeg.com

#### **SCHWEIZ**

## FIMEX distribution ag

Fimex Distribution AG Werkstrasse 36 CH - 3250 Lyss BE tel. +41 (0)32 387 0505 fax +41 (0)32 387 0515 info@fimex.ch



furniture for health clubs, gyms, spa&wellness, medical and corporate

DESIGNED AND PRODUCED IN ITALY

## FITNESS TRIBUNE stellt vor: Body Gym Gruppe. So unterschiedlich und doch so ähnlich!

Die Body Gym Gruppe verfügt heute über fünf Fitnesscenter im Grossraum Bern und Zürich und gehört den beiden Inhabern Marcel Scheucher und Adriano Toma. Marcel Scheucher ist auch der Geschäftsführer. Die Gesamtfläche der Gruppe beträgt rund 5500 Quadratmeter und es werden insgesamt pro Woche 170 unterschiedlichste Kurse angeboten. Den Trainierenden stehen über 300 Fitness- und Ausdauergeräte zur Verfügung.



Marcel Scheucher, Inhaber und Geschäftsführer der Body Gym Gruppe

Die beiden Inhaber definieren ihre Studios über die Positionierungsmerkmale familiär und kompetent und sind stolz auf ihre motivierten und langjährigen Mitarbeiter. Alle Mitarbeiter verfügen über sehr gute Ausbildungen, die hervorragende Betreuungskompetenz auf der Trainingsfläche ist das zentrale Element der Philosophie von Body Gym.

Einer der langjährigen Mitarbeiter ist Reto Hiestand, der seit vielen Jahren im Center Uster arbeitet und inzwischen als COO für die ganze Gruppe tätig ist. Auch ist das Wachstum der Body Gym Gruppe nachhaltig und sämtliche Studios entstanden aus eigener Kraft und mit viel Engagement und Leidenschaft der beiden Eigentümer. Jedes Center (mit Ausnahme von Bern) verfügt über ein Kinderparadies, wo die Kleinen kostenlos betreut werden, damit die Eltern auch ungestört und konzentriert ihr Training absolvieren können

Das grösste Center der Gruppe befindet sich in Uster und lässt mit Wellness, Physio und Kampfsportbereich auf 2500 Quadratmeter keine Wünsche offen. Ein wahres Highlight ist der neu geschaffene, riesige Wellnessbereich, der über eine finnische Sauna, Dampfbad, Dusch- und Salzgrotte, Whirlpool, Ruhezonen und einen Chinagarten zum Draussenliegen verfügt. In einem der traditionsreichsten Fitnessstudios des

Zürcher Oberlandes kann unter kompetenter Anleitung in familiärer Atmosphäre an den modernsten Geräten von Technogym oder im grosszügigen Freihantelbereich trainiert werden.

In Zürich-Höngg befindet sich ein weiteres Center, welches mit rund 1000 Quadratmetern über eine ideale Grösse



und ebenso über einen Wellnessbereich verfügt, wenn mal wieder einer dieser Tage ist, an denen Körper und Seele aus dem Gleichgewicht geraten.

Zudem bietet dieses Center ein grosses Kursangebot, verfügt über die modernsten Geräte von Technogym und ist im grosszügigen Freihantelbereich mit Hammer Strength Maschinen ausgestattet.

In der Stadt Bern befinden sich zwei weitere Studios, etwas kleiner, jedoch perfekt passend zu den Kernwerten von Body Gym: Familiär und kompetent. Eines davon ist exklusiv nur für Frauen, die unter sich sein wollen, das Body Gym Lady Bern. In familiärer Atmosphäre und ausschliesslich in weiblicher Umgebung werden die Kundinnen von speziell ausgebildeten Trainerinnen individuell und persönlich in die verschiedenen Bereiche eingeführt. Die modernen Trainingsgeräte verfügen über einen hohen Sicherheitsstandard und sind nach den neusten Erkenntnissen der Biomechanik gestaltet.

Und zu guter Letzt noch das Center in Kehrsatz, südlich von Bern gelegen. Das Body Gym Kehrsatz ist eines der traditionsreichsten Fitnesscenter im Raum Bern, das nach einer kompletten Renovation vor drei Jahren in neuem Glanz die Türen geöffnet hat. Hier bietet sich die Gelegenheit, das Training mit abwechslungsreichen Kursstunden zu ergänzen oder sich nach dem Training in der neu gestalteten Saunaoase zu entspannen.

Generell sind die Kundenfeedbacks an allen Standorten äusserst positiv, durch helle und grosszügig gestaltete Räume, durch den Empfang an der Reception mit einem freundlichen Lächeln und durch sympathische und kompetente Mitarbeiter.

Von der Grösse der Anlagen sind die fünf Standorte der Body Gym Gruppe sehr unterschiedlich. Was aber bei allen Body Gym's gleich ist, ist die familiäre Atmosphäre und die kompetente Betreuung der Kunden. Damit die Kunden ihre Ziele erreichen, bieten alle Center Personal Trainings an.

#### Standorte

- Body Gym Uster
- Body Gym Zürich
- Body Gym Bern
- · Body Gym Lady Bern
- Body Gym Kehrsatz







# Das unterschiedliche Kaufverhalten von Babyboomern und Millennials



Während Arbeitgeber deutlich machen, dass sich die Mitarbeiterführung von Millennials als herausfordernd gestaltet, fragen sich Unternehmer warum Millennial-Konsumenten nicht auch die Sachen und Wertangebote kaufen, die ihre Eltern gekauft haben. Babyboomer auf der anderen Seite wundern sich, warum die Millennials ständig abge-

lenkt sind von ihren Mobiltelefonen und Social-Media-Kanälen, warum sie sich lieber Text- und Bildnachrichten schicken anstatt miteinander zu reden und warum sie die Werbebotschaften, die über die traditionellen Printangebote verbreitet werden, nicht mehr glauben. Diese beiden Gruppen unterscheiden sich stark in ihren Verhaltensweisen, insbesondere in ihrem Kaufverhalten. Unternehmen, und somit auch Fitnessclubs, stehen deshalb vor einer grossen Herausforderung und es heisst, sich mit den Charakteristiken beider Gruppen näher zu beschäftigen.



Roman Spitko

verfügt über ein erfolgreich abgeschlossenes Studium der Betriebswirtschaftslehre sowie über ein Master-Studium in Commercial Law (LL.M.) Der ehemalige Badminton-Nationalspieler ist als Dozent, Referent, Autor und Tutor sowohl für die BSA-Akademie als auch für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement DHfPG tätig. Seit 2015 fungiert er zudem als Fachleiter Management/Ökonomie.

www.dhfpg-bsa.de

#### **Babyboomer**

Die Babyboomer-Generation ist die gesellschaftliche Generation, die in den Zeiten steigender Geburtenraten nach dem zweiten Weltkrieg, zwischen 1955 und 1969, geboren wurde.

#### Wie ticken Babyboomer?

Charakteristisch für diese Gesellschaftsgruppe ist, dass sie Wertgegenstände gegenüber Erlebnissen präferieren. Babyboomer messen ihren Erfolg im Leben darin, dass sie Wertgegenstände anschaffen, diese besitzen und ihren Vorrat daran stän-

dig erweitern. Ihr Medienverhalten ist dadurch geprägt, dass sie TV schauen und Printprodukte lesen, egal ob es ein physisches Buch ein Magazin oder eine Zeitung ist. Sie sind demnach auch mehr beeinflussbar durch das, was sie lesen als jede andere Generation. Sie bevorzugen eine Kommunikation über das Telefon bzw. über E-Mails. Obwohl sie nicht als "Digital Natives", d. h. als Generation, die in der digitalen Welt aufgewachsen ist, zu bezeichnen sind, verbringen die Babyboomer einen nicht unerheblichen Anteil ihrer Zeit in den sozialen Medien und hier in erster Linie auf Facebook. Online-Einkäufe erfolgen hauptsächlich über den Computer bzw. Laptop und weniger über das Mobiltelefon. Babyboomer sind sehr loyal gegenüber Marken eingestellt. Haben sie einmal eine Marke gekauft, bleiben sie dieser über Jahre treu. So fahren sie bspw. über Jahre dieselbe Automarke.

### Millennials

Millennials, auch als Generation Y bezeichnet, sind zwischen 1981 und 2000 geboren und die erste Generation der "Digital Natives". Durch die zeitliche Einordnung gilt sie als Nachfolgegeneration der Babyboomer (bis 1969) und der Generation X (bis 1980).

### Wie ticken Millennials?

Millennials haben ein weniger grosses Interesse am Erwerb von Sachen und Wertgegenständen, sondern streben stattdessen den Kauf bzw. das Erfahren von Erlebnissen an. Stehen Millennials vor der Wahl, ein neues Auto oder eine Urlaubsreise zu kaufen, dann entscheiden sie sich eher für den Urlaub und das damit verbundene Erlebnis, gerade wenn sich daraus bleibende Erinnerungen mit ihren Freunden ergeben. Millennials erwerben mehr Urlaubsreisen als jede andere Generation und das unter Berücksichtigung dessen, dass sie weniger Geld und Ersparnisse zur Verfügung haben. Die "Digital Natives" verbringen einen Grossteil ihrer Freizeit online, insbe-



sondere in den Social-Media-Kanälen wie Instagram, Snapchat oder Facebook. Ihre Einkäufe erledigen sie folglich auch zu grossen Teilen online, vornehmlich über ihre mobilen Endgeräte, welche im Zentrum ihres Handelns stehen und stets dabei sind.

Bei Kaufentscheidungen werden Millennials im Besonderen von ihrer "Peergroup" beeinflusst, d. h. von Menschen mit gemeinsamen Interessen, gleicher Herkunft, gleichem Alter oder sozialem Status. Empfehlungen von Freunden über Mund-zu-Mund-Propaganda stellen hierbei den grössten Einflussfaktor dar. Wichtig gerade für das Marketing ist, dass sie Botschaften der Werbung weniger Glauben schenken. Der sogenannte "User-generated content", d. h. Medieninhalte, die nicht vom Anbieter eines Webangebots, sondern von dessen Nutzern erstellt werden, hat viel grösseren Einfluss auf die Kaufentscheidungen als das traditionelle Marketing. Sie bevorzugen es, bei den Unternehmen zu kaufen, die authentisch und transparent sind und die mit ihrem eigenen Werteverständnis und ihren ethischen Einstellungen vereinbar sind.

#### **Praxistipps für Clubbetreiber**

Wie dargestellt, unterscheidet sich das Kaufverhalten von Babyboomern und Millennials aufgrund ihrer unterschiedlichen Charakteristiken sehr deutlich. Was bedeutet dies für Clubbetreiber?

Um Millennials zu erreichen, sollten Clubbetreiber ihre Dienstleistung "erlebnisorientiert" gestalten. Idealerweise so, dass die Millennials darüber mit ihren Freunden sprechen. Dies kann bspw. durch ein entsprechendes Innendesign des Studios oder durch erlebnisorientierte bzw. eventartige

Gruppentrainingskurse nach dem Vorbild der US-Amerikanischen Boutique Studios erreicht werden. Darüber hinaus bietet es sich an, digital innovativ aufzutreten. Insbesondere sollten die Kommunikationskanäle genutzt werden, die die Millennials auch nutzen (z.B. Instagram). Die Kommunikation auf den Kanälen sollte authentisch und glaubwürdig sein. In dem Zusammenhang bieten sich auch Kooperationen mit lokalen Influencern an.

Babyboomer mögen eine persönliche Umgebung. Die Fitnessanlage sollte komfortabel, familiär, grosszügig und barrierefrei gestaltet sein. Häufige Veränderungen in der Anlage, an den Programmen oder am Service sind zu vermeiden. Die Betreuung muss der Kern des Erlebnisses sein, nicht eine Monetarisierungsstrategie wie bei den Millennials. Die Unternehmenswebsite sollte SEO optimiert, hoch informativ und intuitiv zu bedienen sein. Clubbetreiber sollten über ihre Expertise (Wissen, Ausbildung und Erfahrung) sprechen und diese zeigen, bspw. über entsprechende Zertifikate. TV, Radio und Print Medien sind für Babyboomer noch sehr relevant. Digitale Kanäle (wie z.B. Facebook) sollten genutzt werden, um Print zu unterstützen.



## Neue update Fitness-Standorte in Sursee und Bern



Am 20. August 2018 hat update Fitness in Sursee einen weiteren Standort eröffnet. Wie an vielen Standorten

bietet das Center in Sursee das Komplettangebot aus betreutem Training, Kursstunden und Kinderhort an. Das

Studio befindet sich an bester Lage in Sursee direkt im Enterprise Gebäude. Speziell am neuen update Standort ist, dass die Zentrale von ONE Training Center direkt eine Etage tiefer liegt. In der Tiefgarage stehen den Gästen 40 kostenlose Parkplätze zur Verfügung.

Weiter hat update Fitness per 1. September 2018 das «Arena City-Fit» in Bern übernommen. Somit verfügt update Fitness auch über den ersten Standort in der Region Bern. Zudem sind mit Grosshöchstetten (Herbst 2018), Langenthal (Winter 2018) und Bern Schönburg (Sommer 2019) bereits drei weitere Standorte im Kanton Bern geplant. Im Sommer 2019 wird mit Reinach AG ein zusätzlicher Standort im Aargau eröffnet.

## 10 Jahre basefit.ch und 9 neue Clubs



Vor 10 Jahren eröffnete basefit.ch ihr erstes Center. Und die Gruppe wächst weiter! Per 1. August 2018 hat basefit.ch fünf ehemalige fitnessplus Center übernommen und ist nun auch an folgenden Standorten präsent: Wettingen, Dietikon, St. Gallen City, Rorschach und Uster. Neu eröffnet wurden auch Zürich-West und Aarau. Bald wird auch ein weiteres Center in St. Gallen West eröffnet und basefit.ch ist somit von 0 auf 3 Standorte in der Ostschweiz vertreten. Anfang November folgt die Eröffnung in Cham.

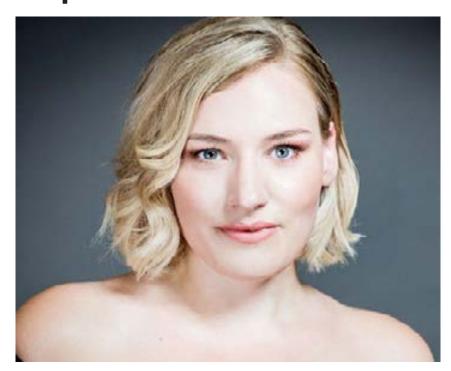
## clever fit expandiert in der Schweiz



Nachdem clever fit letztes Jahr ihre ersten zwei Standorte in der Schweiz, in Schaffhausen und Zuchwil eröffnet hat, folgen nun bis im Frühling 2019 vier weitere Standorte in Opfikon-Glattpark, Volketswil, Dietlikon und Winterthur.

clever Fit ist mit 540'000 Mitgliedern der zweitgrösste Fitnessanbieter in Deutschland, hinter McFit. Die Kette positioniert sich als Discounter. Deutschlandweit gibt es über 350 Studios, zuletzt hat das Unternehmen auch verstärkt in Österreich expandiert. In den nächsten vier Jahren will clever fit über 20 Standorte in der Schweiz eröffnen.

# Paul Kuoni's Tochter wird dritte bei "Curvy Supermodel"



Die Tochter von Paul Kuoni, dem Inhaber des Fitness Connection ist Sursee, Rahel Kuoni, will ein Vorbild sein für ein modernes, vielfältiges Schönheitsideal. Sie hat in der Show viele gute Erfahrungen gesammelt — obwohl die Sendung viele Kritiker auf den Planruft.

Die Show sieht sich als Alternative zu Magermodels und verzerrten Schönheitsidealen. Obwohl die Grundidee lobenswert wäre, sah sich die «Curvy Supermodel»-Show während der ersten beiden Ausgaben arger Kritik ausgesetzt. Dass kurvige Frauen in (zu) knappen Kleidern und Bikinis über den Laufsteg laufen und die Kamera dabei schonungslos nahe auf den Hüften ruht, empfinden Kritiker der Show als entwürdigend für die jungen Teilnehmerinnen. Rahel Kuoni sagt dazu: «Ich habe keine Angst, vorgeführt zu werden.» Sie habe ihre Kleider stets — unter Mithilfe eines Stylisten — selber wählen dürfen. Sie habe sich stets gut beraten gefühlt, so Kuoni. Aber sie sagt auch: «Es gehört zum Job, die Kleider vorzuführen, welche der Kunde auswählt.» Sei man

für ein Bikini-Shooting gebucht, dürfe man kein Problem damit haben, Haut zu zeigen. «Sonst ist man im Modelbusiness falsch», so die Krienserin.

Doch auch andere Punkte werden kritisch beäugt. Übergewicht ist die Ursache verschiedener Krankheiten, von Herz-Kreislauf-Problemen bis Diabetes. So liest man öfter den Vorwurf, die Show unterstütze einen ungesunden Lebensstil. Dies lässt Kuoni nicht gelten. «In der Show wird thematisiert, dass man sich als Model richtig ernähren sollte und körperlich fit sein muss.» Sei man ausser Form, liesse sich der Model-Alltag gar nicht bestreiten. Nur sei Gesundheit auch ohne Sixpack und mit «ein bisschen mehr auf der Hüfte» möglich, so Kuoni



## Gute Figur und Vitalität

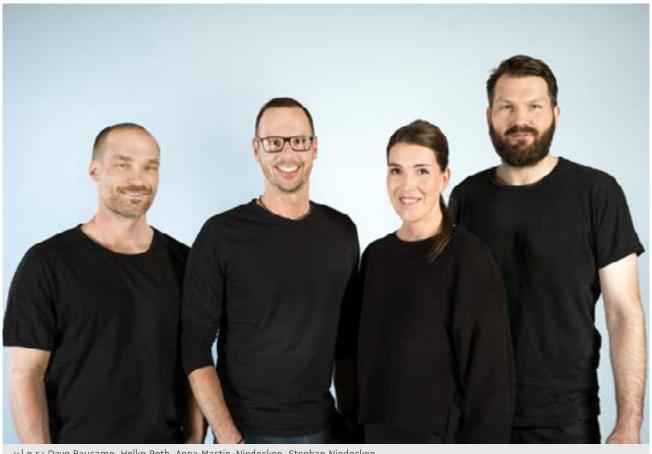
- +interessantes, lukratives Konzept
- ganzheitliche
   Stoffwechselaktivierung
- + in dieser Art einzigartig auf dem Markt
- + absolut natürlich
- + keine Globulis
- + SWISSness

Wir suchen weitere Studios und Trainer als Kuranbieter! Jetzt melden:

www.stoffwechselkurschweiz.ch info@stoffwechselkurschweiz.ch Telefon 062 896 01 80



## Mit Games die Fitnessbranche aufmischen?



v.l.n.r.: Dave Baucamp, Helko Roth, Anna Martin-Niedecken, Stephan Niedecken

Sphery, ein Spin-off der Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK), revolutioniert den Fitnessbereich mit Spieltechnologie. Die Firma ist spezialisiert auf spielbasierte, personalisierte und multimediale Trainingskonzepte und Technologien, die mit innovativen und einzigartigen Hardware- und Software-Designs kombiniert werden. Mit einem forschungsbasierten und partizipativen Entwicklungsansatz leistet Sphery einen Beitrag zur physischen und psychischen Gesundheit der heutigen Digital Native Gesellschaft.

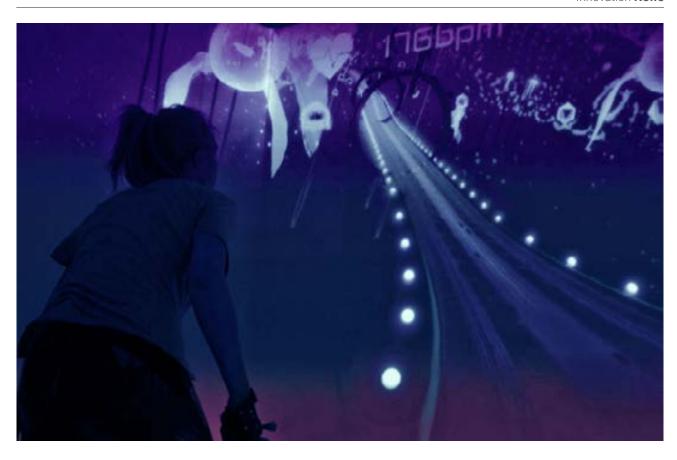
Zusammen mit ihrem Ehemann Stephan Niedecken, dem Fitness-Experten Dave Baucamp und Helko Roth, der sich ums Business Development kümmert, hat Martin-Niedecken die Firma Sphery gegründet. Das Quartett möchte mit dem ExerCube den Fitness-Markt erobern.

Zu sehen ist eine röhrenartige Fahrt auf einem Hoverboard durch eine Sci-Fi-Unterwasserwelt. Regelmässig erscheinen Bewegungsvorgaben. Der Puls wird schneller, Schweiss tropft von der Stirn. Die Sportlerin steht mitten in einem Raum von drei mal drei Metern, auf drei Wände werden das Spiel, der Puls und eine Punktzahl projiziert. An den Handgelenken trägt die Sportlerin Sensoren und am Körper einen Pulsmesser. Sie folgt den Vorgaben, hüpft, duckt sich, schlägt mit den Fäusten gegen die gepolsterten Wände. Eine virtuelle Spielfigur kopiert ihre Bewegungen. Macht sie alles richtig, wird sie mit optischen und akustischen Effekten belohnt. Bei einem Fehler erklingt ein absteigender Ton und die Spielanzeige wird kurz rot.

Die Sportlerin steht im ExerCube. Bei diesem handelt es sich um einen Trainingsraum, auf dessen Wände die Spielwelten projiziert werden. Der Computer misst über Bewegungssensoren und einen Pulsmesser die Performance des Sportlers und

passt Sound, Schwierigkeitsgrad und Geschwindigkeit auf körperlicher und geistiger Ebene laufend an. Das Ziel ist, den Sportler nicht zu über-, aber auch nicht zu unterfordern. «Es soll ein Dual Flow entstehen», sagt Martin-Niedecken, «Geist und Körper werden beide ideal ausgelastet.»

«Das wird durch die Decke gehen!» So und ähnlich lautete das Echo auf die Präsentation, die Anna Lisa Martin-Niedecken diesen Frühling an der FIBO in Köln, der weltweit grössten Fitnessmesse, gehalten hatte. Vor 400 CEOs hatte die Jungunternehmerin am Branchentreffen darüber geredet, wie sie sich die Zukunft der Fitnessindustrie vorstellt: Auf wissenschaftlicher Forschung basierende und individuell anpassbare Games bieten Fitnessfans ebenso wie Sportscheuen Training, das Spass macht und Körper und Geist optimal fordert. Doch nicht nur dies: Multimediale Erfahrungen in sogenannten Cubes lassen die Gamer in



neue Welten eintauchen — als Mitglieder einer internationalen Community spielen sie mal alleine, mal mit oder gegen Freunde auf der ganzen Welt.

Der ExerCube soll auch Leute zum Sport animieren, die Fitnesscenter sonst meiden, da Spiele über eine gewisse Magie verfügen und sie lassen einen die Zeit vergessen. So sollen auch Fitnessmuffel über die positiven Aspekte des Gamens begeistert werden.

Langweilig wird es den Gründern nicht werden, denn es gibt noch vieles zu tun. In erster Linie sollen die Trainingswelten ausgebaut werden, zum Beispiel mit einem Game für reines Krafttraining oder verschiedene Yoga-Welten. Um diese Ziele zu erreichen,

arbeitet das Start-up mit dem Studio Kobold Games zusammen.

Zur Hauptzielgruppe zählen Fitnessstudios. Geprüft werde aber auch die Eröffnung eigener Studios. Anfang November startet Sphery mit einem ersten eigenen Studio in Zürich.

www.sphery.ch



## Fischen statt surfen

Willkommen im Informationszeitalter. Nie zuvor in der Menschheitsgeschichte gab es so viel Wissen und dank dem Internet ist es so zugänglich wie nie zuvor. Dieser Zugang zu Informationen ist einzigartig. Denn früher war das Wissen nur für die Adeligen und Geistlichen reserviert. Die meisten Menschen blieben vor diesem Schatz aussen vor.

Noch vor ca. 20 Jahren keimte die Hoffnung, dass sich im Internetzeitalter die Menschen besser informieren und somit weiser handeln können.

Das ist aber kaum eingetroffen, denn gesichertes Wissen und Fake News stehen heute leider gleichberechtigt nebeneinander. Wenn etwas im Internet steht, wird es von vielen überraschend kritiklos für wahr gehalten. Leider ist es so, dass es viel leichter ist, Unsinn oder gar Lügen in die Welt zu setzen, als etwas reflektiert zu beschreiben und ins Netz zu stellen. Wir Menschen brauchen aber nicht nur sauberes Wasser, sondern auch sauberes Wissen. Mit Halbwahrheiten und Dogmen darf man sich nicht zufrieden geben.

Seit dem Internet hat sich bezüglich Wissen etwas radikal verändert. Früher mussten sich die Menschen fragen: Wie komme ich zu Informationen? Heute muss man ganz anders fragen:

Wie komme ich von Informationen wieder los? Und noch wichtiger: Wie schütze ich mich vor ihnen?

Information wird im englischen Raum mit den Begriffen ,Signal' und ,Noise' differenziert. Mit ,Signal' meint man Informationen, die das Wissen bereichern. ,Noise' hingegen wird als Rauschen oder als wertlose Information codiert. Diese Differenzierung ist heute sehr wichtig, da wir täglich von potentiellen Informations-Tsunamis umgeben sind.

Genauso wie Sie Ihre Freunde und Ihre Bücher gut auswählen sollten, sollten Sie darauf zu achten, auf welchen Seiten Sie surfen. Bei einer Internetrecherche zum Beispiel, sollten Sie sich fragen: Wer schreibt da? Sind die Autoren qualifiziert? Wer finanziert diese Seite? Wenn Ihnen Angst gemacht wird oder wenn andere diffamiert oder utopische Dinge behauptet werden, sollten Sie misstrauisch sein.

Auf den meisten Seiten, auf denen wir surfen, füttern wir gleichzeitig die im Hintergrund laufenden Algorithmen. Ein Beispiel: Auf YouTube läuft schon nach kurzer Zeit automatisch ein nächstes Video. Laut YouTube könnte dieses uns interessieren. Das mag zwar sein, aber dieser Service ist nicht so edel, wie er auf dem ersten Blick daherkommt. Eine Armada von Programmierern arbeitet nämlich daran, dass wir mehr Zeit auf dem Internet oder den Apps-Plattformen verbringen, als wir eigentlich wollen. Diese smarten Entwickler wissen, dass Neuigkeiten, Abwechslung und bewegende Bilder Aufmerksamkeit bzw. Dopamin-Stösse im Gehirn auslösen. Dopamin ist u.a. als Gute-Laune-Stoff bekannt. Neue Nachrichten (auf Facebook, SMS, Twitter usw.) sind dann ein ständiger und wohltuender Stimulus fürs Gehirn. Manche User werden davon sogar süchtig. Wie vielen Menschen fällt es - nur schon in den Ferien - schwer, ihr Smartphone über mehrere Tage weg zu legen. Als Erwachsener ist es schon schwierig, sich den Reizen des Internets zu entziehen. Als Teenager ist es beinahe unmöglich, da erst im Alter von etwa 20 Jahren das Hirnareal ausreift, welches für die Selbstkontrolle und Impulssteuerung zuständig ist.

Eine gewisse gedankliche Disziplin ist in Sachen Information, Computer und Smartphone immer wichtig. Warum? Unser Leben ist zu kurz, um unsere wertvolle Zeit mit sinnlosen Dingen zu verschwenden. Wir alle wissen, dass Smartphones hervorragende Dienste leisten können. Sie können den Benutzer aber auch versklaven. Das entscheiden wir aber selber. Ein Smartphone kann ein wertvolles Tool (Werkzeug) sein. Aber bedenken Sie: A fool with a tool is still a fool.

Schützen Sie sich vor wertlosen Informationen. Trennen Sie Signale von Rauschen. Seichte Informationen sind bloss Hirnverschmutzungen. Ich fahre jeweils mit dem Zug von Bern nach Thun. In den Abteilen liegen meist Gratis-Zeitungen herum. Früher habe ich mir diese jeweils angeschaut. Heute mache ich es kaum mehr. Warum? Weil funkelnde Schlagzeilen wenig Tiefe haben. Komplexe Themen werden da meist brachial auf simple Slogans reduziert. Wer es einfach mag, der ist hier natürlich gut bedient. Aber es ist gefährlich, in einfachen Schablonen zu denken. Warum? Unser Gehirn ist sehr plastisch. Das heisst, es passt sich an. Wenn Sie Ihr Gehirn ständig mit Geschwätz, eindimensionalen Wut-Reden, Gelaber oder Zerstreuung füttern, vergiftet das Ihr Denken. Oberflächliches Lesen trainiert das Gehirn auf Oberflächliches. Tun Sie dies jeden Tag, dann werden jene neuronalen Schaltkreise stärker, die für Banales zuständig sind. Sie sind dann ein Experte für flaches und seichtes Denken. Für tiefes und konzentriertes (Nach-)Denken sind andere Regionen im Hirn zuständig. Das Hirn ist wie ein Muskel. Was trainiert wird, wird stärker, was nicht genutzt wird, verkümmert.

Trainieren Sie Hirn deswegen nicht auf Blabla-Mist. Sie vernichten wertvolle Zeit und Sie verlieren die Fähigkeit, kontrastreich zu denken. Mit anderen Worten: Sie verblöden. Ihre Aufmerksamkeit ist eine knappe Ressource. Gehen Sie nicht verschwenderisch damit um. Die meisten Fitness-Sportler achten sehr auf eine vollwertige Ernährung. Warum soll es im mentalen Bereich anders sein? Es ist wie mit dem Zucker, den wir essen. Ein bisschen Zucker ist ok, zu viel davon ist jedoch Gift. Ob aus Newsportalen, News-Apps oder Gratiszeitungen; diese News sind zwar appetitlich verarbeitet und leicht verdaulich, gleichzeitig sind sie aber höchst schädlich. Denn diese billigen Zuckerbonbons sind mentales Gift für einen wachen Geist.



Eric-Pi Zürcher

War früher über Jahre als Personal Trainer tätig und arbeitet nun beim FC Thun als Konditionstrainer. E-mail: eric-pi@bluewin.ch

Aber ist es nicht wichtig, zu wissen, was auf der Welt läuft? Gegenfrage: Welches sind die wichtigsten zehn Newsmeldungen vom letzten Monat? Wenn Sie so ticken, wie die meisten Menschen, werden Sie kaum auf vier kommen. Warum also sollten Sie etwas konsumieren, das keine Nachhaltigkeit hat. Machen Sie also bei dieser kollektiven Hirnbetäubung nicht mit und halten Sie deswegen eine restriktive Nachrichten-Diät. Verzichten Sie am besten auf die verführerischen Daily-News. Das meiste davon ist bloss unterhaltsam, aber kaum wichtig.

Wer immer auf dem neuesten Stand sein will, um nichts zu verpassen, der mag zwar gut informiert sein, weiss aber in der Tiefe wenig. Und, Hand aufs Herz, was ist gewonnen, wenn Sie wissen, wem der aktuelle Bachelor seine Rosen verschenkt hat? Oder wer im Dschungelcamp auf der anderen Seite der Welt Insekten gegessen hat? Wenn ein Lokalpolitiker eine Affäre mit einer Frau der Gegnerpartei hat? Oder wenn es ein tragisches Grubenunglück in Chile gegeben hat? Heben solche Informationen wirklich die eigene Lebensqualität? Ich habe da grosse Zweifel.

Meiden Sie deswegen Gratis-Zeitungen und News-Apps, so gut wie Sie nur können. Seien Sie kein News-Junkie oder Dauer-Surfer. Das meiste, was im Daily Business geboten wird, ist nichts weiter als blosses Rauschen. Seien Sie achtsam, was Sie Ihrem Gehirn anbieten. Ja, gehen Sie auf Entzug. Ob Alkohol, Drogen oder Newsportale; davon eine Entzugstherapie zu machen, ist immer schwierig. Aber es lohnt sich. Es ist wie mit dem Krafttraining. Der Nutzen wiegt die Mühe auf.

Nur schwache Hirne brauchen ständig Zerstreuung und Ablenkung. Seien Sie ein smarter Infonavigator, der clever Signale fischt und kaum Rauschen einfängt. Sie müssen definitiv nicht alles lesen und glauben Sie nicht alles, was Sie lesen. Lesen Sie gezielt und denken Sie selbst nach. Sie dürfen Ihre Gedanken nicht übergehen, nur weil es Ihre eigenen sind. Echte Kopfarbeit - also Denken - braucht Konzentration, braucht Ruhe und es braucht Zeit. Das sind Elemente, die übrigens auch im Fitnesstraining ihre Gültigkeit haben. Ich wünsche Ihnen beides: Klares Denken und wertvolles Trainieren.



## Licht, Lux und Lumen

Ein derart intensiver Sommer mit so viel Sonne bedarf der Nachbehandlung. Die Sonne hat mehr zu bieten als nur hohe Temperaturen und das Strahlen vom blauen Himmel!



Foto Ergoline

Das Thema Erderwärmung und Trockenheit lassen wir einmal bei Seite und widmen uns dem Positiven der Sonne und der Besonnung. Die Aufgabe hier in der Rubrik Wellness News der FITNESS TRIBUNE sollte sein, durch fundierte Aufklärung wieder Vertrauen in das Gute am Sonnenlicht zu gewinnen. Unser einmaliger Himmelskörper hat seine Reputation in den letzten Jahrzehnten fast vollkommen verloren. Wir wissen doch, dass man ohne gutes Licht nicht einmal lesen kann. Wir wissen doch. dass Pflanzen die Sonne für ihre Photosynthese brauchen. Und wir Menschen brauchen sie doch genauso!



Detlef Hubbert

Jahrgang 1952 Dipl. Sportlehrer, Sport- und Fachjournalist seit 20 Jahren,

Planer von Wellness Anlagen mit Fa. Wellness Partner CH seit 20 Jahren

Trotzdem wurde uns das Sonnenlicht zunehmend und fast systematisch in den vergangenen Jahren unbeliebt gemacht.

Aktuell sieht es so aus, als wäre ein Umdenken zu sehen, zu hören oder in Reichweite: Positive Töne vom Radiosprecher: "Wünsche ihnen in den Bergen gutes Vitamin-D-Tanken....." Das hört man gerne, muss das doch ein richtig informierter Journalist sein.

Gefühlsmässig gab es dieses Jahr trotz Jahrhundertsommer viel weniger Schreckensmeldungen und Warnungen als früher. Hat man beim BAG mittlerweile etwas verstanden? Absenz von der Sonne bringt mehr Gesundheitsschäden als das bewusste Nutzen der Sonne! Und so ändert sich aktuell auch der Solarium-Markt, zusammen mit zusätzlichen Angeboten aus dem Licht. Wir sprechen heute schon mehr von Lichttherapie und von Collagen-Bildung. Wir sehen in den Geräten leicht rosa scheinende Röhren, die bei ca. 650 Nanometer gut für die Haut und deren Regeneration sind.

Das Spektrum der Sonne ist aber noch grösser und nicht nur als Bräunungsfaktor zu sehen. Bräunen als unser körpereigener Schutzmechanismus ist nötig im **ultravioletten Bereich** ab 295 nm. Sehr wertvoll wird es im reinen Lichtbereich. Weisslicht hat wesentliche Hormoneinflüsse und beeinflusst unseren Schlafrhythmus. Schon ein Drittel der Deutschen soll Schlafstörungen haben. Mit Weisslicht bei über 10'000 Lux werden Depressionen schon seit langem erfolgreich behandelt. Das Gute am Licht ist weithin nicht mehr bekannt.

Wie kann es sein, dass eine fünfköpfige Familie beim Fitnessausflug auf dem Vita-Parcours / Trimm Dich-Pfad schon im Frühjahr beim ersten Sonnenstrahl mit Sonnenbrillen im Wald zu sehen ist? Verunsicherung pur und ohne richtigen Informationsstand! Beim Skifahren auf dem Gletscher eine entsprechende Gletscherbrille zu tragen, ist sicher ein sehr guter Rat. Aber auch im Dunkel sich vor dem Licht zu verstecken, kann nur negativ sein. Lassen wir doch ein bisschen mehr Licht in unseren Körper hinein.

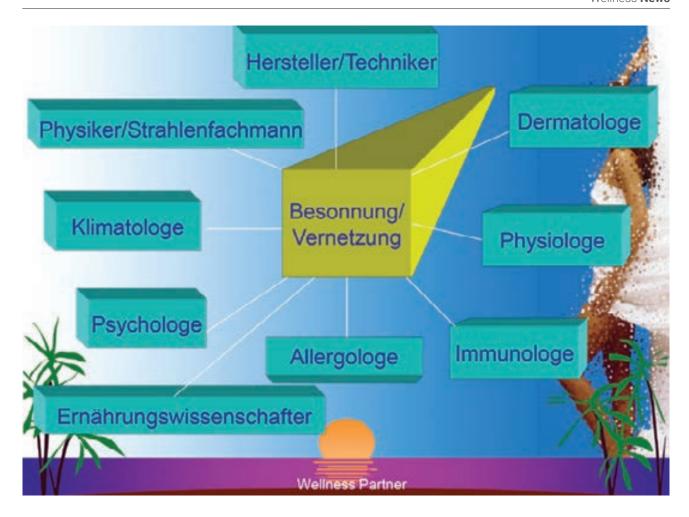
Der Farblichtanteil im Sonnenlicht hilft unserer Stimmungslage und auch die Medizin setzt auf Therapien mit diesem Strahlenanteil, hat hier keine Zweifel anzumelden.

Übrigens nehmen wir auch über die Haut Lichtimpulse auf. Versuche an Blinden zeigten, dass diese zumindest warme und kalte Farbtöne unterscheiden konnten.

Ganz oben im Tagesspektrum, im langwelligen Bereich ab 760 nm, bietet uns die Sonne die Infrarotstrahlen. Hier finden wir den wohltuenden Teil des Sonnenlichts, der uns wärmt.

Bekannt sind reine Infrarot-Kabinen zum Schwitzen. Auch die Sauna bietet IR-Strahlung! 60 Prozent der Wärme, die unseren Körper dort aufheizt, kommt von der Rückstrahlung der Wände, der Decke, der Umgebung.

Wir leben eigentlich in einer Wissensgesellschaft - Google macht's möglich. Wir müssen uns anscheinend nur an der richtigen Stelle informieren und uns dann orientieren. Mit dem richtigen Wissen gilt es dann die für sich selber richtigen Entscheide zu treffen. Das ist nicht einfach, denn die Sachverhalte sind komplexer als gedacht! Meistens erreichen uns heute nur die Warnun-



#### Tipps für die kommenden Monate bis hin zum Frühjahr

Achtung in der Höhe in den Bergen!

Höchste Intensität genau dann, wenn wir Skifahren wollen.

Regelmässig Licht, Sonne oder Solarium suchen.

Vitamin D baut sich in nur fünf Tage ab. Es braucht auch nicht viel.

Allein Licht hellt die Stimmung schon auf.

Der Markt bietet entsprechende Geräte für den Alltag.

Nur gut vorbereitet in den Süden oder in die Berge gehen.

gen der Dermatologen. Die Thematik ist aber viel komplexer wie die Abbildung zeigen soll.

### Vorbereiten auf die sonnenärmeren 7eiten

Schon vergessen? Endloses Dunkel im Unterland durch Nebel bis in den Mai im Jahr 2014. Da geht die Stimmung in den Keller, bis hin zu Depressionen und Schlimmeres. Die Selbstmordraten steigen und da liegen wir in der Schweiz zusammen mit Norwegen laut Statistik ganz vorne. Das muss nicht sein. Nur hat nicht jeder das Geld und die Zeit kurz einmal in den Süden zu fliegen. Als Mitteleuropäer fragt man sich wie die Skandinavier da überleben. Die Antwort: Viel künstliches Licht, roher Fisch und Sauna.

In den letzten Jahrzehnten hat man Angst und Schrecken verbreitet statt wirklich gute Aufklärung zu tätigen! Mit wahrscheinlich verheerenden Folgen. Weil jetzt andere Mangelerscheinungen, die viel wesentlicher sind als Hautkrebs, ans Tageslicht

Seit einigen Jahren forschte man

an der ETH Zürich. Jedoch nicht mit dem Ergebnis und der Empfehlung, in die Natur zu gehen, sondern eine gewisse Tagesdosis Vitamin D3 Tabletten zu konsumieren. Supplemente sind gefragt - man trifft wieder exakt ein Bedürfnis.

Das bringt die Volksgesundheit aber nicht weiter! Insgesamt geht der Weg ins Negative. Die Krankenkassen-Prämien beweisen es. Ist es vermessen zu sagen, was der richtige Weg wäre? Sicherlich, die Thematik ist ja komplex. Oder sind es nur die Medien, die dramatisieren, uns nicht richtig helfen? Überforderte Medien und staatliche Stellen (BAG) mit tendenziell geleiteten Interessen? Wir sind alle persönlich gefordert!

#### **Etwas Physik**

LICHT — Energietransport in einem elektromagnetischen Wellenfeld, das vom Auge und Körper des Menschen wahrgenommen werden kann.

LUX – Einheit der Beleuchtungsstärke einer Lichtquelle

**LUMEN** — Die Masseinheit des Lichtstromes. Die Lichtmenge, die eine Lichtquelle in einem bestimmten Winkel sekündlich in einen Raum ausstrahlt.

NANOMETER — Die Einheit, in der die Strahlung der Sonne gemessen und angegeben wird (nm)

## SwissSkills 2018 waren ein Grosserfolg



Claude Ammann, Präsident SFGV mit dem Sieger André Viegas Machado

Die Besucherinnen und Besucher erhielten an den fünftägigen, zentralen Schweizer Berufsmeisterschaften

einen faszinierenden Einblick in die Vielfalt der Schweizer Berufsbildung.

Zum ersten Mal wurde der Beruf "Fachmann/-frau Bewegungs-/ Gesundheitsförderung EFZ" an den diesjährigen SwissSkills vorgestellt und stiess auf grosses Echo bei den jungen Besuchern. Eine grossartige Gelegenheit, den relativ neuen Beruf in der Fitnessbranche bekannt zu machen.

Mit "Best of SwissSkills" ging der Grossevent auf dem Gelände der Bernexpo am Sonntag, 16. September erfolgreich zu Ende. Nach der feierlichen Siegerehrung im Berner Eisstadion am Samstagabend wurde in der riesigen temporären SwissSkills-Fabrik auch am Sonntag noch einmal fleissig gearbeitet.

Weil die Wettkämpfe der Schweizer Berufsmeisterschaften bereits am Samstag beendet waren, hatten die Besucher die Möglichkeit, noch einmal näher an die verschiedenen Berufe heran zu kommen, die Arbeiten der vergangenen Tage zu bestaunen, mit jungen Berufsleuten und vielfach auch den Medaillengewinnern zu sprechen und die Berufe unter Anleitung von Fachpersonen selber aufzuprobieren. Bereits an den Tagen zuvor konnten die Besucherinnen und Besucher über 100 Berufe selber im Rahmen von "MySkills" ausprobieren — eine Neuerung gegenüber der Erstaustragung im Jahr 2014, die beim Publikum ausgezeichnet angekommen ist.

#### Begeisterte Reaktionen

"Wir sind überwältigt von den ganz vielen begeisterten Reaktionen, sei es von Besuchern, Teilnehmern, Experten oder von den Vertretern der Berufsverbände. Die SwissSkills 2018 waren ein voller Erfolg", zieht OK-Präsident

Rang	Name	Ort	Aktueller Arbeitgeber	Punkte
1	André Viegas Machado	Charrat VS	Yess Fitness	89.33 GOLD
2	Tibor Szeder	Kleinlutzel BL	Dy-Fit GmbH	80.17 SILVER
3	Anya Aubert	Wangenried BE	Active Gym 33	79.32 BRONZE
4	Cindy Lerch	Munsingen BE	Sportiver Input	77.32
5	Christa Beyeler	Mamishaus BE	Schneider Gesundheit	73.85
6	Sven Coendet	Froideville VD	Let's go Fitness	73.5
7	Melody Wiedmer	Steffisburg BE	Daytona Gym	69.33

Claude Thomann Bilanz. Diese Einschätzung wird durch erste Zwischenresultate einer Besucherbefragung bestätigt: 96% der Besuchenden gaben an, dass Sie auch allfällige nächste SwissSkills wieder besuchen werden.

Thomann hebt weiter die "friedliche Stimmung und das äusserst interessierte Publikum" hervor. Auch dank des grossen Medieninteresses mit dem TV-Thementag der SRG am Samstag als Höhepunkt, sei es gelungen, "mit den SwissSkills 2018 beste Werbung für die Schweizer Berufsbildung zu machen."

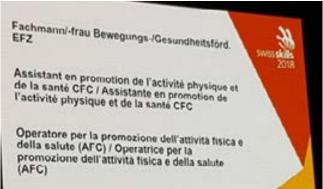
Insgesamt wurden über die fünf Tage der SwissSkills 2018 115'515 Eintritte verzeichnet. Zusätzlich waren 10'000 Personen offiziell von den SwissSkills akkreditiert und grösstenteils täglich auf dem Gelände. Die Siegerehrung am Samstagabend in der Postfinance-Arena wurde von gut 5'000 Personen verfolgt.

Dass der Beruf "Fachmann/-frau Bewegungs-/Gesundheitsförderung EFZ" an den SwissSkills überhaupt vorgestellt werden konnte gebührt ein grosser Dank den Organisatoren Irene Berger, Claude Amman und Urs Rüegsegger, den Sponsoren sowie den ehrenamtlichen Experten und Schauspielern, ohne deren Einsatz dieses grossartige Erlebnis nicht möglich gewesen wäre.

















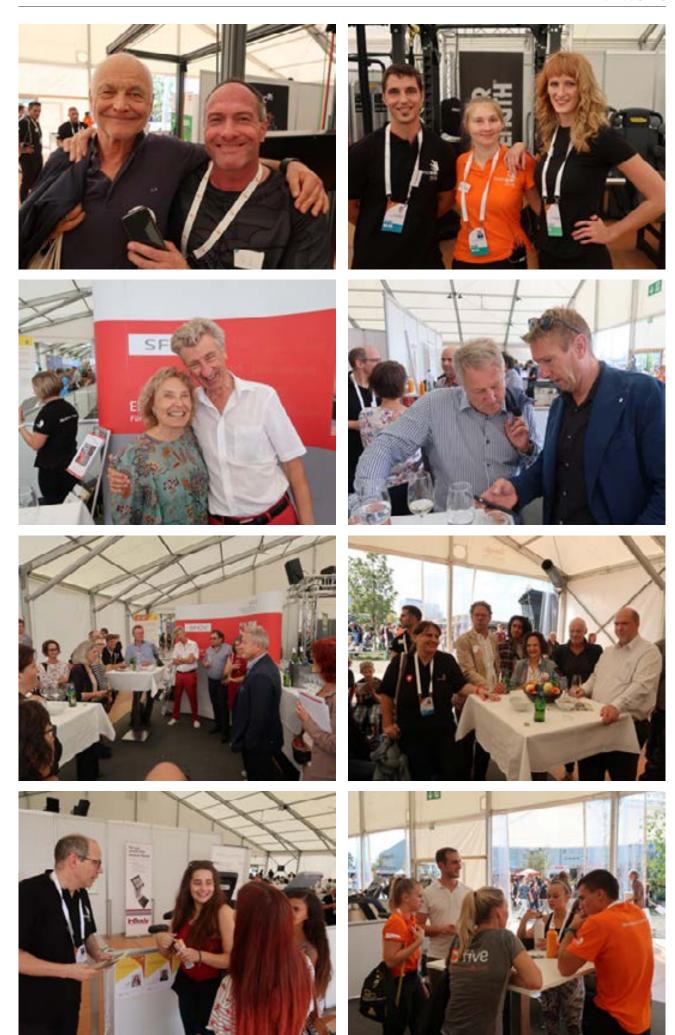




























# Mall of Switzerland – Feierliche Eröffnung der schweizweit ersten Indoor-Surfwelle



Endlich ist es so weit! Ab sofort darf in der Mall of Switzerland gesurft werden, Strandfeeling inklusive, 360 Tage im Jahr. OANA, das neuste Highlight im Freizeit-Gebäude der Mall, beinhaltet nicht nur State-of-the-Art-Surfing, auch dürfen sich die Besucherinnen und Besucher über trendige Gastronomie, einen coolen Shop sowie eine einmalige Event-Location auf 1'200 Quadratmetern freuen.

Mit der schweizweit ersten stehenden Indoor-Surfwelle entstand in den vergangenen Monaten auf rund 1'200 Quadratmetern im Freizeit-Gebäude der Mall of Switzerland ein Surfangebot der Superlative.

## Wohnzimmer-Atmosphäre gepaart mit Adrenalin

Wer auf der Suche nach einer ordentlichen Portion Adrenalin ist, der ist bei OANA genau richtig! Die schweizweit erste festverbaute stehende Welle im Herzen der neuen Location bietet authentisches Surfen auf einer bis 1,4 Meter hohen künstlichen Welle. Unabhängig ob Einsteiger oder Profi, die Indoor-Welle lässt sich ohne weiteres auf das individuelle Surf-Level einstellen. Verwendet wird dabei die weltweit führende Citywave®-Technologie von ATV, welche bereits erfolgreich ihren Einsatz bei der schweizweiten Swisscom-Gigawellen-Tour fand.

Nebst dem Surfen bietet OANA ebenfalls Gastronomie nach Mass. In einzigartiger Wohnzimmer-Atmosphäre geniessen die Besucherinnen und Besucher frische, nahrhafte und abwechslungsreiche Bowls. In der Bowlery stellen sie ihre farbenfrohen Gerichte mit den Grundlagen Reis oder Quinoa und verschiedenen Zusätzen gleich selbst an der Theke zusammen. Wer nach der Morgen-Surfsession lieber nur einen Kaffee wünscht, darf sich über exquisiten Kaffee des hauseigenen Baristas freuen.

Die OANA Location eignet sich zudem perfekt für Anlässe jeglicher Art, sowohl privat als auch geschäftlich. Während des ganzen Jahres erwarten die Gäste von OANA ferner spannende öffentliche Events — von verschiedenen Workshops bis hin zu Film-Premieren und Konzerten.

#### Eine Wohlfühloase mit hohem Erlebnisfaktor

Eine perfekte Location, die sich nicht nur an Surfer richtet, sondern an die gesamte Schweiz. Das widerspiegelt sich auch im Angebot, welches die Betreiber Pointbreak Events GmbH für OANA kreierten: Das OANA soll ein Wohnzimmer sein mit vielen Elementen, die an Reisen und Abenteuer erinnern. Im Vordergrund steht das Wohlbefinden, ganz nach dem Slogan «have a good time». Kurz gesagt: Ferien in Ebikon. Diese Philosophie entspricht genau der Mall of Switzerland, für die eine einmalige Atmosphäre und das Wohl des Besuchers im Vordergrund steht. Daher ist das Surf-Angebot auch zum grossen Teil auf Anfänger ausgerichtet — mit Intensiv-Workshops, Kinder-Surfen am Mittwochnachmittag und speziellen Basic Sessions kann sich jeder auf der Welle versuchen. Genauso wie in der gesamten Mall of Switzerland ist der Erlebnisfaktor besonders boch bei OANA.

www.oana.surf www.mallofswitzerland.ch

#### 14x in der Zentralschweiz



#### Wir suchen:

- Fitness-Instruktoren
- Quereinsteiger
- Group Fitness-Instruktoren

one-training.ch

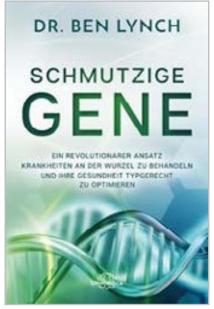




# Klick Dich rein und profitiere 120 Millionen Seitenaufrufe im Jahr!

- Übungsbibliothek mit 500 Übungen und persönlichen Workoutplänen
- · Forum mit eigener Profi-Kategorie
- Studiosuche Fitnessclubs finden oder eintragen
- Karriereplanung mit der Jobbörse
- Artikel, Branchennews, Termine
- Bannerwerbung und Vermarktung für Industrie und Studios

### Von wegen genetisch vorbestimmt! Durch **Ernährung zur Gen-Code-Optimierung**



Viele von uns glauben, dass unsere Gene unser gesundheitliches Schicksal entscheiden, besonders wenn es um erblich bedingte Krankheiten geht. Warum diese weit verbreitete Annahme dennoch nicht stimmt, erläutert Dr. Ben Lynch in Schmutzige Gene.

Der amerikanische Epigenetik-Experte befasst sich mit der Wechselwirkung zwischen individueller Lebensführung — vornehmlich unserer Ernährung — und genetischer Veranlagung. Krankheiten, ausgelöst von genetischen Abweichungen, müssen nicht hilflos akzeptiert werden, vielmehr können Menschen mit ungünstigen vererbten Vorgaben ihre Erkrankung aktiv beeinflussen und so ihr genetisches Schicksal mitbestimmen.

Dr. Ben Lynchs Regenerationsprogramm zeigt, wie eine typgerechte, persönlich angepasste Ernährung zu einem gesunden und vitalen Leben beiträgt. Ein individuell abstimmbarer Gesundheitsplan und 30 Rezepte helfen dabei, Krankheiten an ihren genetischen Wurzeln aufzuspüren und zu behandeln.

Dr. Ben Lynch, Schmutzige Gene, Unimedica im Narayana Verlag, ISBN 978-3962570422

#### So schnappt die Käsefalle zu



Käse hat Suchtpotential. Er enthält mehrere Bestandteile, die süchtig machen können: Salz, Fett und sogar Opiate, sogenannte Kasomorphine. Diese lösen im Gehirn die Ausschüttung von Dopamin aus, was wiederum zu Glücksempfinden führt.

In Raus aus der Käsefalle beleuchtet Dr. Neal D. Barnard, habilitierter Ernährungswissenschaftler, den Einfluss von herkömmlichem Käse auf unsere Gesundheit. Seine Forschungsergebnisse zu den gesundheitlichen Folgen des Käsekonsums werfen ein ganz neues Licht auf das beliebte Nahrungsmittel. Auch die milchverarbeitende Industrie mit ihren ökologisch bedenklichen Methoden nimmt der Mediziner genau unter die Lupe.

Zum kalorienreichen, ungesunden Milchkäse bietet das Buch ausserpraktische Alternativrezepte für eine gesunde Ernährung: Von Zitronen-Beeren-Pancakes über Spinat-Süsskartoffel-Lasagne bis zur Karamell-Bananen-Eiscreme kommt jeder milchkäsefrei auf seine Kosten!

Dr. Neal D. Barnard, Raus aus der Käsefalle, Unimedica im Narayana Verlag, ISBN 978-3962570415

## SCHWINN AC & SC Power mit der genausten Leistungsmessung im Indoor Cycling



SCHWINN ist stolz darauf, die genauste Leistungsmessung im Indoor Cycling zu präsentieren. Dies wird durch die Partnerschaft von Schwinn® Indoor-Cycling und 4iiii® Innovations (die Entwickler der weltweit ersten Geschwindigkeits- und Distanzmesser sowie die verbreitete Low-Power-Funktechnologie ANT+ zum Einsatz

in tragbaren Geräten) möglich. Was aber steckt hinter dem 4iiii-Kurbelarm auf den SCHWINN Power Bikes? 4iiii bietet die einzigartige patentierte 3D-Dehnmessstreifen-Technologie, mit der Dehnungen, Verformungen und Stauchungen erfasst werden. Es ermöglicht die Messung jeder Form von Krafteinwirkung durch den Fahrer auf

den Kurbelarm und die genaue Aufzeichnung der dabei gewonnenen Daten. Durch diese neuartige 3D-Technologie ist es möglich, die Leistung auch auf dem Indoor Cycling Bike extrem genau zu messen. Die Abweichung kann lediglich zwischen +/- 1,5 % betragen. Die Messung des nunmehr optional erhältlichen 4iiii-Kurbelarms wird an die weiterentwickelte SCHWINN

MPower Echelon2 Konsole übertragen, sodass der Kunde seine Trainingsdaten in Echtzeit abrufen und verfolgen kann. Die dazugehörigen SCHWINN Ausbildungen zum Thema Power & Leistungsmessung werden im 2019 starten.

### Erster grosser five-Event für die Schweiz

Am 19. Oktober findet der erste grosse five-Event für die Schweiz im Rössli in Illnau statt. Dieser Event ist für alle five-Studiobesitzer, Coaches, Therapeuten und Interessenten kostenlos! Die Veranstalter haben bereits über 60 Anmeldungen erhalten und die Zahl steigt täglich... Die Kapazität ist begrenzt und somit sollten sich Interessierte so rasch als möglich anmelden: suisse@milon.com (Namen / Anzahl Teilnehmer / Studio).



# FIT, FITTER, FIT X MORE!

Parallel zur Züspa 2018 findet vom 4. bis 7. Oktober die FIT X MORE statt. Der Sport-Event für einen aktiven und gesunden Lebensstil verwandelt die Halle 2 der Messe Zürich in dieser Zeit in eine erlebnisreiche Sport Location. Die FIT X MORE ist ein Muss für alle, die sich für einen aktiven und gesunden Lifestyle interessieren. Neben brandaktuellen Trends, innovativen Produkten und Dienstleistungen bietet die FIT X MORE viele Live-Shows, interessante Vorträge sowie persönliche Beratungen.

Der Crossfit Contest "Pumpi, Müüs und Biss" ist der beste Beweis dafür, dass die FIT X MORE mehr als blosses Zuschauen ist.



www.fitxmore.ch

## **ONE News**



#### **ONE Altdorf**

Auf dem RUAG Areal "neuland" in Altdorf konnte ONE Geschäftsführer Thomas Akermann Anfang August einen neuen Trainingsstandort eröffnen. Im Rahmen der Neueröffnung hat ONE das Impuls Fitness- und Wellness Center in Altdorf übernommen und den alten Standort geschlossen. Clubmanager von ONE Altdorf wird der bisherige Mitinhaber von Impuls, Sascha Gisler.

«Das Bestehen als Einzelstudio ist im Fitnessmarkt zunehmend herausfordernd. Die Zusammenführung mit ONE Training Center ist für uns deshalb die logische Konsequenz und eine ideale Lösung», freut sich Sascha Gisler, zukünftiger Clubmanager von ONE Altdorf. Die Impuls-Mitarbeitenden erhielten die Möglichkeit einer Weiterbeschäftigung bei ONE Training Center.

#### **ONE Kriens im Fussballstadion**

Im Fitnesscenter trainieren und dabei ein Fussballspiel live zu schauen: Möglich im neuen ONE in Kriens, welches Anfang September als 14. ONE Standort eröffnet wurde. Neben dem SC Kriens, sind die Sportschule Kriens,

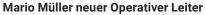


ONE Training Center und Medbase die Hauptmieter im neuen Fussballstadion. Investor ist die Luzerner Pensionskasse.

#### Umbau Küssnacht

Nach einem Komplett-Umbau feierte das ONE Training Center in Küssnacht die Wiedereröffnung vom 20. bis am 23. September 2018 mit vielen Attraktionen und Events.

Somit konnte ONE gleich drei Baustellen fast gleichzeitig abschliessen. Für die Bauten verantwortlich waren Architekt und Totalunternehmer Daniel Wirth, mit seiner Firma fit & wellness concept und Jörg Behrendt von TNL — The Next Level, welcher die Bauherrenvertretung für die Migros Luzern hatte.





Neuer Operativer Leiter und Mitglied der Geschäftsleitung bei ONE Training Center ist Mario Müller. Er hat langjährige Erfahrung in der Fitnessbranche und war zuletzt Centerleiter im Fitnesspark Allmend





## Jahresabos verkauft und dann geschlossen: Knatsch im Vital Fitness Münchenbuchsee

Das Fitnesscenter Vital in Münchenbuchsee hat von einem Tag auf den anderen schlappgemacht, die Kunden stehen seit Ende August vor verschlossenen Türen. Gemäss einem Bericht von Radio Bern 1 wurden trotz der Schliessung noch Jahresabonnemente verkauft. Auch die Mitarbeitenden wissen nicht, wie es weitergeht.

Eine Angestellte sagte gegenüber dem Sender, dass sie seit drei Monaten kein Geld mehr gesehen habe. Und die Beiträge in die Altersvorsorge seien trotz Lohnabzügen sogar seit Anfang Jahr nicht mehr einbezahlt worden. Die Mitarbeitenden werden nun den Rechtsweg beschreiten. Die Besitzerin des Fitnesscenters Vital war für Radio Bern

1 nicht erreichbar. Bis vor kurzem war auch Oliver Riedwyl, Konditionstrainer der Schweizer Fussballnationalmannschaft, in der Geschäftsleitung. Ihm tue das Ganze leid. Die Mitarbeitenden nehmen Riedwyl allerdings in Schutz. Er habe vom Ganzen nichts gewusst.

## Die Fitnessrebellen sind jetzt auch in Abtwil



Ab 1. September trainieren Discount-Fitnessfans auch im Westen der Stadt St. Gallen für 287.30 Franken. Nach St. Gallen St. Fiden eröffnen die Fitnessrebellen nun ihr zweites Studio. «Abtwil ist ein Top-Standort für uns, vor allem, weil wir bequem über die Autobahnausfahrt und mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen sind», sagt Mitinhaber Thomas Roth, der das Studio zusammen mit Cyrill Böhi und Marco Anhorn eröffnet.

Auch im neuen Studio ziehen die Fitnessrebellen ihr unkonventionelles Trainingskonzept durch, das sportbegeisterte St. Galler anzieht: Gemeinsames Trainingserlebnis, anstatt monotones Gewichtheben. Mehrmals wöchentlich finden abwechslungsreiche Workshops und Gruppentrainings statt. «Man erlebt die Gruppendynamik, pusht sich gegenseitig und lernt, wie man mit effizientem Training seine Ziele erreicht», sagt Roth. Sich mit den Fitnessrebellen auszupowern, macht nicht nur mehr Spass, es ist auch günstiger als anderswo. Das Credo der Fitnessrebellen: Körperliche

Fitness und Gesundheit soll für alle erschwinglich sein.

Die Trainingshalle befindet sich im zweiten Obergeschoss eines Industriegebäudes. Auf einer lichtdurchfluteten Fläche von 700 Quadratmetern gibt es einen grossen Cardiopark mit elf Laufbändern, ein Areal für ganzheitliches Functional Training und einen komplett ausgestatteten Freihantelund Gerätebereich. Das Studio ist 365 Tage im Jahr von 5 bis 23 Uhr geöffnet. Neben dem Gebäude gibt es ausreichend Gratis-Parkplätze für die Fitnessrebellen.



Anzeige



Roger A. Gestach

Classe 1971, accoppiato, 2 figli

Cresciuto a Sursee (canton Lucerna)

A 6 anni inizia a praticare il karate

10 volte campione svizzero di karate (cat. ragazzi, juniori, élite)

2 volte campione europeo di shotokan a squadre e 3º posto All style

Vicecampione del mondo di shotokan a

5° posto ai mondiali individuali All style

3º Dan e per molti anni titolare della Swiss Olympic Card

Tirocinio in banca, economia aziendale HFW (Scuola superiore di economia), istruttore fitness con attestato federale, Bachelor of Arts in economia del fitness, varie formazioni in management — marketing - gestione del personale, tra cui CAS all'università di San Gallo

Nel settore del fitness dal 1993

Contitolare di una scuola di karate, dalla quale sorge il primo centro fitness a Sursee

Titolare e direttore di TC Gruppe Innerschweiz AG, che conta 4 grandi centri e 3 club per donne

7 anni nel comitato della FSCF

Fondatore e direttore di lunga data di ONE Training Center AG

Da sempre grande interesse per media e marketing

A settembre 2017 rileva la FITTENESS TRIBUNE tramite la ditta Fitness-Experte AG

info@fitnesstribune.com

## Le invenzioni possono essere perfezionate, il creato può solo essere imitato

Marie von Ebner-Eschenbach (1830-1916)

Oppure ci si potrebbe chiedere: chi l'ha inventato? Gli svizzeri. Questo numero della FITNESS TRIBUNE presenta una serie di invenzioni e di innovazioni.

Alcuni anni or sono, quando ero ancora direttore di una catena di centri fitness, ho ricevuto da un gruppetto di studenti bernesi una lettera pubblicitaria e in seguito una telefonata. Dicevano che avevano realizzato un nuovo attrezzo per la coordinazione e che avrebbero voluto presentarmelo. La cosa non mi entusiasmava, motivo per cui non concedetti loro un incontro. Trascorsi alcuni anni, ecco questi giovani apparire sulla scena del fitness dandosi un gran daffare. SensoPro, il loro attrezzo innovativo, ha conquistato il mercato. I tre bernesi vivono oggi della loro invenzione: contano parecchi collaboratori, hanno già venduto oltre 400 installazioni e dispongono di rappresentanze all'estero. L'attrezzo è "Made in Switzerland". Un'ottima ragione per nominare i tre inventori di SensoPro, Kaspar Schmocker, Jan Urfer e Florian Kuchen, Imprenditori dell'anno 2018. Complimenti vivissimi. Anche il BodyStretcher di HIMTEC è un'interessante invenzione svizzera. Marcel Häne soffriva di dolori alla schiena e non riusciva a trovare sul mercato un apparecchio che potesse procurargli qualche beneficio. Così si è messo all'opera lui stesso creandone uno nuovo. La sua intervista è pubblicata in tedesco. Conoscete Sphery? Un'altra invenzione messa a punto da nostri confederati.

Ultimamente non vi è stato un passaggio di proprietà che abbia suscitato tanto scalpore quanto la vendita di 5 centri "fitness plus" al low-cost "basefit.ch". Leggete cosa racconta il "colpevole", Giusi Verre.

Ora è chiaro: ecco il primo campione svizzero in una professione nell'ambito del fitness. La certificazione esatta è: Esperto nella promozione dell'attività fisica e della salute AFC. Si tratta di André Viegas Machado, vincitore della Swiss Skills a Berna.

Tra poche settimane ci risaremo: avrà inizio la FitnessEXPO di Basilea, il maggiore evento in Svizzera del nostro settore. La FITNESS TRIBUNE sarà presente con un incontro tra addetti ai lavori. Su questo numero potrete conoscere le ultime novità della fiera: capirete perché dovreste assolutamente venire a dare un'occhiata a Basilea.

Auguro buona lettura. A presto,



Roger A. Gestach

## On peut perfectionner ce qui a été inventé, mais ce qui a été créé ne peut être qu'imité

**Citation: Marie von Ebner-Eschenbach (1830-1916)** 

On pourrait aussi se demander: qui en sont les inventeurs? Les Suisses! Cette édition de FITNESS TRIBUNE est pleine d'inventions et d'innovations!

Il y a quelques années, alors que je dirigeais une chaine de fitness, j'ai reçu un jour une lettre publicitaire d'étudiants bernois, suivie d'un coup de téléphone, comme quoi ils avaient inventé un nouvel appareil de coordination et aimeraient m'en faire une démonstration. A l'époque, ces étudiants ne m'ont pas vraiment intéressé et je ne leur ai pas même accordé un rendez-vous. Quelques années plus tard, ces jeunes ont pratiquement révolutionné la branche de la fitness. Leur appareil de coordination SensoPro, si innovatif, a fait sensation. Actuellement, ces Bernois peuvent vivre de leur invention et emploient plusieurs collaborateurs, ils ont vendu plus de 400 installations et sont représentés à l'étranger. Cet appareil est "Made in Switzerland". C'est une raison suffisante pour sacrer les trois inventeurs de SensoPro, Kaspar Schmocker, Jan Urfer et Florian Kuchen entrepreneurs de l'année 2018. Félicitations!

Le BodyStretcher de HIMTEC est également une invention suisse intéressante. Marcel Häne souffrait du dos et ne trouvait aucun appareil sur le marché susceptible de l'aider. Il en a donc inventé un. Vous pouvez lire l'interview à ce sujet. Connaissez-vous Sphery? Une autre invention née au pays des confédérés.

Il n'y a pas de changement de propriétaire qui ait provoqué de plus grands remous que la vente de cinq centres Fitnessplus Center au Discounter basefit.ch. Lisez ce que l'"accusé" Giusi Verre dit à ce sujet.

Maintenant, nous savons qui est le champion de la Fitness (appellation exacte: spécialiste en promotion du mouvement et de la santé EFZ). André Viegas Machado est le vainqueur des Swiss Skills à Berne.

Cela commencera dans quelques semaines: le plus grand événement de Fitness de Suisse, la FitnessEXPO à Bâle! La FITNESS TRIBUNE y sera présente avec un réseau de rencontres intéressant. Vous comprendrez dans ce numéro pourquoi vous devez absolument venir à Bâle ainsi que les nouvelles sur cette exposition les plus récentes.

Je vous souhaite beaucoup de plaisir à la lecture de ce numéro et vous dis: à bientôt!

Cordialement vôtre

Roser Gestach

Annonce



#### Diverse Kleinanzeigen:

In Folge unserer kontinuierlichen Firmenexpansion suchen wir ab sofort oder nach Vereinbarung zusätzlich zwei

initiative, selbstständige und zielorientierte Aussendienstmitarbeiter (w/m) für die Bereiche Fitness und Physiotherapie im Gebiet Ostschweiz & Bern-Mittelland

- Einzigartiges exklusives Produktportfolio mit Marken wie gym80, Nautilus, Schwinn, Star Trac & Escape Finess
- Junges, dynamisches, leidenschaftliches Team
- Fest zugeteiltes Verkaufsgebiet
- Herausfordernde Aufgabe
- Strukturen, die Eigeninitiative zulassen

Wollen Sie selbständig arbeiten und die Zukunft unseres Unternehmens aktiv mitgestalten? Dann sind Sie unser Mann / unsere Frau und wir möchten Sie gerne kennen lernen.

Ratio AG, Ringstrasse 25, 6010 Kriens, T: 041 241 04 04, michel.koch@ratio.ch, www.ratio.ch

## Hier könnte auch Ihre Kleinanzeige stehen!

www.fitnesstribune.com



#### Messe & Event-Termine:

#### Deutschland:

10. bis 11. November 2018

INLINE Kongress, Kassel

12. bis 15. November 2018

MEDICA, Düsseldorf

25. bis 26. Oktober 2019

Aufstiegskongress, Mannheim

#### Österreich:

siehe: www.fitness.at

#### Schweiz:

#### 17. bis 18. November 2018

FitnessEXPO, Basel, , inkl. Netzwerk FITNESS TRIBUNE am Samstag

#### 17. November 2018

starFACHTAGUNG, Zürich

#### 17. bis 23. März 2019

Mountain Move, Arosa

#### Internationale Messen:

#### 4. bis 7. April 2019

FIBO, Köln

#### 30. Mai bis 2. Juni 2019

Rimini-Wellness, Rimini, Italien

#### **Internationale Kongresse:**

#### 4. April 2019

EHFA Kongress, Köln, Deutschland

Lose auslegbare Schutzbeläge für den Kurz- und Langhantelbereich Beläge aus vulkanisiertem Gummi schützen Ihre Böden vor Lasten, Stößen, Beschädigung und Zerstörung. Prospekt und Preise unter www.sportbelag.eu > Universal-Puzzle SPEZIAL-Hofer Str. 13

BELÄGE orgenroth

D 95632 Wunsiedel Fon (0049) 09232-991544 info@morgenroth.eu

Unser Lieferprogramm: Elastische und textile Sportbeläge für Cardio, Kurz- und Langhantelbereiche

#### Internationale Verbände:



**EHFA** 

www.europeative.eu

#### Schulen & Verbände **Deutschland:**





Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement BSA-Akademie Hermann Neuberger Sportschule 3 66123 Saarbrücken | Tel. 0681/6855-0

DSSV e.V. Beutnerring 9 21077 Hamburg Tel. 040/766 24 00



Dr. Gottlob Institut Hauptmannsreute 21 b 70192 Stuttgart Tel. 0711/5188 99 50



Klubschule Migros Tel. 0844 844 900



#### Schulen & Verbände Schweiz:

QualiCert Aeplistr. 13 9008 St. Gallen Tel. 071/246 55 33



IG Fitness Schweiz Heinrichstr. 267b 8005 Zürich Tel. 043/534 74 45



SAFS AG Albisriederstr. 226 8048 Zürich Tel. 044/404 50 70



SFGV Schweiz. Fitness- & Gesundheitscenter Verband, Postfach, 3000 Bern Tel. 0848/89 38 02

star-school for training and recreation Seefeldstr. 307 8048 Zürich Tel. 044/383 55 77

Swiss Prävensana Akademie

Untere Bahnhofstr. 19 8640 Rapperswil Tel. 055/211 85 85



Update Akademie Bahnhofstr. 111. 9240 Uzwil



Tel. 071 952 65 42

## Inserentenverzeichnis – FT Nr. 176

Academy for 360° Functional Kinet	ic Coach 47	Johnson Health Tech (Schweiz) GmbH	
Andreas Bredenkamp Seminare	36	Matrix	
basefit.ch 83, 117		milon	
best4health 17		Morgenroth Spezialbeläge	
BODYSHAKE 4		NAUTILUS	
BodyStretcher 79		ONE Training Center	
BURG	23	PERFECT	
Deutsche Sportakademie	46	QualiCert	
DHfPG	123	ratio	
Domitner 57, 73		reAct	
Dr. Wolff	57	RÜCKEN THERAPIE CENTER by Dr. WOLFF	57
eGYM	36, 39	SAFS 8, 9, 5	53, 123
Fimex Distribution AG	56, 93, 115, 124	SCHWINN	75
fit interiors	93	searchfit-mag.com	
Fit3	69	SensoPro	
fitness.com	112	Shark Fitness Company	25, 89
FitnessEXPO 6,7		SIDEA	
FITNESS GLADIATOR 19		Soledor	
fitnessplus	22	SportsArt	
fle-xx	36	StairMaster	
FlowerPower 113		STAR TRAC	
fresh company 27		STOFFWECHSELKURschweiz	
Greinwalder & Partner 10		Technogym	
Himtec	79	Ticos Systems	
Hoist	89	the fitness company Handels GesmbH	124
I Love Fitness 2, 103		TNL - The Next Level	35, 118
InBody	17	TUM Sports	51
INKO Sports 63, 121		WIPES	115
INOTEC	51	Woodway	73

# 



## **RIEGEL-KALENDERAKTION 2018**

#### Weihnachtszeit ist Umsatzzeit!

Mit unserer Riegelaktion und dem inkospor® Riegeladventskalender klingeln Ihre Kassen. Jetzt gleich bei Ihrem INKO-Außendienstmitarbeiter bestellen oder anrufen unter 0 61 93 59 555.



www.inkospor.com





www.sensopro.swiss

#### Leserbriefe:

Einsenden an: Fitness-Experte AG, Blumenhalde 10, CH-6010 Kriens oder per Email: info@fitnesstribune.com

#### Freischaffende Korrespondenten:

Albrecht Karin Jansen Roland Lorenzetti Silvio Dr. **Bredenkamp Andreas** Eifler Christoph, Prof. Dr. Meili Daniel Louis **Domitner Peter** Muench Hans Eigenmann Paul Paul Edy Gärtner Harald Regli Peter

Gockel Henrik Rieger Thomas, Prof. Dr. Gottlob Axel Dr. Spitko Roman **Huber Berny** Schupp D. und JP.

**Hubbert Detlef** Schweizer Ueli

Kieser Werner Somaini Bertino Dr. med Krempel Rolf, Dr. Weinmann Anna Krempel Otti Wurpes Gottfried

Die Fitness Tribune erscheint in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Kuoni Jürg, Dr. med.

Die Fitness Tribune erscheint 6-mal jährlich in einer Auflage von ca. je 7'500 Exemplaren und ist im Abonnement oder in vielen Fitnessclubs erhältlich.

Zürcher Eric-Pi

#### Verlags- und Anzeigenadresse:

#### Fitness-Experte AG

Blumenhalde 10

6010 Kriens - Schweiz

Tel. +41 41 320 16 16 info@fitnesstribune.com

#### Chefredaktor und Herausgeber:

Roger Gestach

#### Textredaktion und Administration:

Fitness-Experte AG

#### Anzeigenverwaltung für Deutschland, Österreich

und die Schweiz:

Fitness-Experte AG

Tel. +41 41 320 16 16

#### Abo-Preis für die Schweiz:

CHF 30.- inkl. Versand

#### Abo-Preis für Deutschland & Österreich:

EURO 30.- inkl. Versand

#### Druckerei:

Prospektus Nyomda, Ungarn

#### Konzept und Gestaltung:

bestforyou.ch GmbH, Luzern

#### Bankverbindungen:

#### Schweiz:

Luzerner Kantonalbank

IBAN: CH30 0077 8205 3388 1200 1

#### Deutschland:

Sparkasse Lörrach-Rheinfelden IBAN: DE78 6835 0048 0001 1036 05

#### © 1988-2018 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 Lieferungspflicht. Ersatzansprüche können in solchen Fällen nicht anerkannt werden.

Der schweizerische Schriftsatz hat kein Zeichen für ß; es wird "ss" für ß gesetzt

#### Redaktionsschlussdaten 2018-2019

Ausgabe:	Einsendeschluss für Redaktion:	für Anzeigen:	Erscheinungsdatum:
Nr. 177, Januar/Februar 2019	22.10.2018	12.11.2018	1. Woche Dezember 2018
Nr. 178, März/April 2019	12.12.2018	15.01.2019	1. Woche Februar 2019
Nr. 179, Mai/Juni 2019	20.02.2019	15.03.2019	4. Woche März 2019
Nr. 180, Juli/August 2019	29.04.2019	13.05.2019	1. Woche Juni 2019
Nr. 181, September/Oktober 2019	24.06.2019	15.07.2019	1. Woche August 2019
Nr. 182, November/Dezember 2019	19.08.2019	16.09.2019	1. Woche Oktober 2019



## SHIFT TO REAL RIDING



# **SKILLBIKE**<sup>™</sup>

SKILLBIKE™ ist das erste stationäre Indoor-Bike mit REAL GEAR SHIFT (Patent), das dank der MULTIDRIVE TECHNOLOGY™ (Patent) deine Fahrkünste bei echten Bergrennen und berühmten Rennstrecken herausfordert. Verbessere deine Geschwindigkeit, Kraft, Ausdauer und Beweglichkeit mit SKILLATHLETIC TRAINING: technogym.com/skillbike

Unterstützt Garmin, Strava und Zwift

TECHNOGYM

**The Wellness Company** 

SCHWEIZ Fimex Distribution AG Ph. +41 (0)32 3870505 info@fimex.ch ÖSTERREICH The Fitness Company Handel GesmbH Ph. +43 732 671000 info@fitnesscompany.at OTHER COUNTRIES TECHNOGYM SpA Ph. +39 0547 650111 info@technogym.com