DEUTSCHLAND € 5.- | ÖSTERREICH € 5.- | SCHWEIZ CHF 5.-





FITNESS HUB
DAS NEUE HERZSTÜCK DER VERNETZTEN
TRAININGSFLÄCHE

KOLUMNEN • FACHARTIKEL • INTERVIEWS

fitnesstribune.com



Schaffen Sie maximales Vertrauen, damit Ihre Mitglieder mit Plasma-Technologie wieder unbeschwert trainieren!

AernoviR Lufthygiene desinfiziert mittels Hochintensiv-Plasma-Luftentkeimung die Raumluft. Durch dieses medizinisch zertifizierte Verfahren werden Keime zerstört, Viren deaktiviert, die allergene Wirkung von Pollen entschärft und selbst Gerüche neutralisiert.

Ergänzen Sie Ihr Hygienekonzept und schützen Sie mit einer nachweislich wirksamen Maßnahme Ihre Mitglieder und Mitarbeiter.





Roger A. Gestach

Nach dem zweiten Lockdown konnten die Fitness- und Gesundheitscenter in der Schweiz am 19. April wieder öffnen, die Center in Österreich am 19. Mai. Als wir mit dieser Ausgabe unseres Magazins in Druck gingen, waren in Deutschland die Center in gewissen Bundesländern geöffnet, in anderen noch nicht.

Der Neustart im April in der Schweiz ist sehr unterschiedlich verlaufen. Gemäss dem SFGV sind die Center aktuell nur zu 40 Prozent ausgelastet und der Verband warnt vor einer grossen Pleitewelle diesen Sommer. Probleme sind sicher die Homeoffice- sowie die Maskenpflicht und natürlich auch die Angst vor einer Corona-Ansteckung. Zudem wartet ein Teil der Kunden wegen der Pandemie noch ab, wieder ins Fitnesscenter zu gehen und haben sich inzwischen an Online-, Home- und Outdoor-Training gewöhnt. Auch nicht gerade förderlich ist, dass der Sommer bald vor der Tür steht.

Glücklicherweise gibt es aber auch Center die besser gestartet sind, wieder Neukunden verzeichnen können und eine deutlich höhere Auslastung haben als 40 Prozent. Es sind dies vor allem die Center, welche kraftsportorientiert sind und ein eher jüngeres Publikum ansprechen. Sprich die Center, in welchen die Fitness-Fans trainieren. Hier kommt positiv dazu, dass der Frühling wettertechnisch dieses Jahr ins Wasser fiel. Jene Fitnesscenter welche eher gesundheitsorientiert ausgerichtet sind, spüren die Auswirkungen der Pandemie am härtesten.

Leider wird es Centerschliessungen geben. Als Daueroptimist glaube ich aber nicht, dass es zu einer sehr gros-

Licht am Horizont

sen Pleitewelle kommt. Das Jahr 2021 wird sicherlich noch sehr herausfordernd bleiben und wird wahrscheinlich als das schlechteste Geschäftsjahr der Branche in die Geschichte eingehen. Doch wenn der Corona-Spuk vorbei ist, wird die Fitness- und Gesundheitsbranche zu den Gewinnern dieser Krise gehören. Der Mensch braucht schliesslich nicht einfach nur mehr Bewegung, sondern er braucht ein gezieltes Muskeltraining! Nirgends kann die Muskulatur so gezielt, so sicher, so effektiv und effizient trainiert werden, wie in unseren Centern. Online- und Heimtraining werden bleiben, aber diese Nachfrage wird nach Corona wieder zurückgehen und man trifft sich wieder sehr gerne im Fitnesscenter.

Um genau zu wissen, wie es aktuell um die Fitness-Wirtschaft in der Schweiz steht, führt die IG Fitness zusammen mit der DHfPG vom 4. bis einschliesslich 18. Juni eine Online-Umfrage durch. Ziel der Umfrage ist es hierbei, dem Fitnessmarkt in der Schweiz ein Mehr an Transparenz zu verleihen: Wie sind die Center hinsichtlich Grösse und Positionierung im Schweizer Fitnessmarkt strukturiert? Welche Rolle spielen wel-

che Angebote im Leistungsportfolio der Center? Wie verhält sich das Nutzungsverhalten der Mitglieder? Nehmen Sie unbedingt an dieser Umfrage teil! Informationen dazu finden Sie auf den Seiten 64 und 65.

Die Fitness-Industrie bleibt trotz Corona sehr innovativ. Es gibt wieder sehr viel Neues und Spannendes. Studieren Sie deshalb die Anzeigen und Advertorials. Speziell an dieser Ausgabe ist, dass sie sehr viele Kolumnen von interessanten Persönlichkeiten enthält. Kurz vor Druck dieser Ausgabe erreichte uns die Nachricht dass Werner Kieser verstorben ist. Genau einen Monat vor seinem Tod, durfte ich einen spannenden Tag mit ihm verbringen und konnte ihn, einer der grössten Pioniere unserer Branche, interviewen.

Mein Schlusssatz dieses Editorials ist sehr ähnlich wie in der letzten Ausgabe: «Halten Sie durch, es kommen wieder besser Zeiten!»

Ihr



Anzeige

14x in der Zentralschweiz



Wir suchen:

- Fitness-Instruktoren
- Group Fitness-Instruktoren



one-training.ch







Anzeige

WIR DIGITALISIEREN FITNESSO

Machen Sie den nächsten Schritt Richtung Digitalisierung. Mit der Integration der RFID-Komponenten von GANTNER werden die Abläufe für Zutrittskontrolle, Zahlung und Schrankschliessung komplett automatisiert. Gerne beraten wir Sie telefonisch oder vor Ort.

Zutrittskontrolle



Ihr Digitalisierungspartner

Bargeldlose Zahlung



Mehr Informationen im Web

www.neogate.ch www.gantner.com WIR DIGITALISIEREN FREIZEITBETRIEBE

Schranksysteme



RFID-Datenträger



Offizielle CH-Vertretung für



Kontakt

DIGITALISIERUNG ALS ERFOLGSFAKTOR





DER WEG DURCH DIE KRISE WIRD SCHMERZHAFT – ABER UNVERMEINDLICH





DAS BASEFIT.CH IN WOHLEN UND NEUE ABOMODELLE





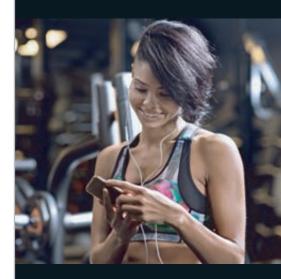
WERNER KIESER 18.10.1940 - 19.05.2021

104

Digitalisieren Sie Ihre bestehenden Krafttrainingsgeräte mit Sony Advagym

ADVAGYM

und bleiben Sie in Kontakt mit Ihren Kunden.



Vorteile

- Trainingsplanung und Zielerreichung
- Erhöhte Motivation und vereinfachte Kommunikation
- Ortunabhängiges
 Coaching Center /
 Home / Outdoor
- Geringe Investition und rasche Umsetzung

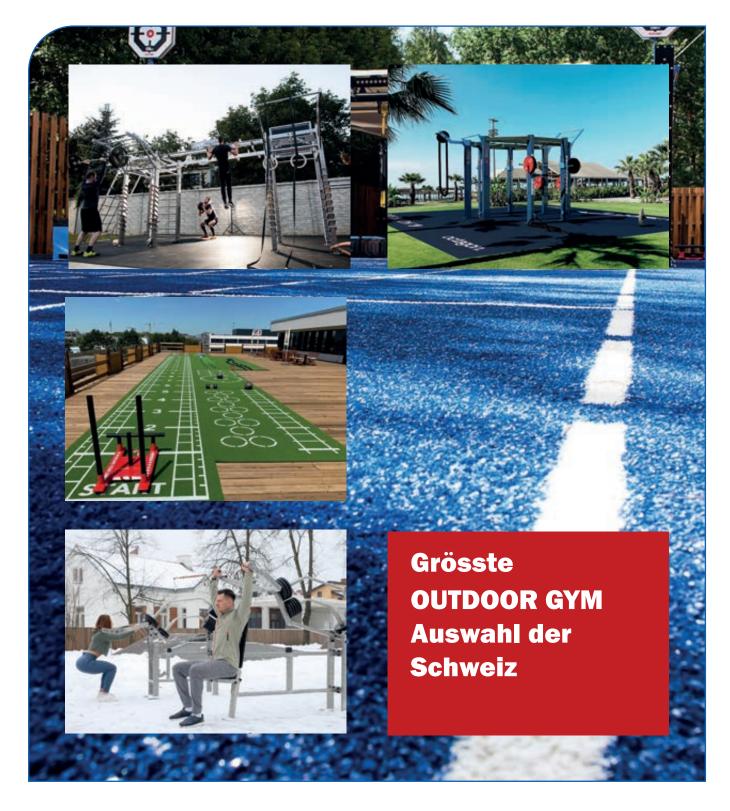
Die ersten 5 Clubs profitieren von Einführungskonditionen



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

Inhaltsverzeichnis

Editorial	3
Advertorial EGYM	12
Kommentar	14
Advertorial AernoviR	16
Fitness News	18 115
Markus Egli Kolumne	20
Austria News	22 56
Aufstiegskongress 2021	28
Reportage Markenberg	30
SAFS News	32
Interview Sébastien Buemi	34
Event News	38 84
Germany News	42
Advertorial Myzone	44
Astrid Holz Kolumne	46
Fachartikel Digitalisierung	48
Ariane Egli Kolumne	50
Fachartikel Prozessoptimierung	52
Education News	58
Fachartikel Kundenorientierung	60
Swiss News	64 118
Fachartikel Immunabwehr	66
Advertorial Himmelbach	68
Priska Hasler Kolumne	69
Fachartikel Protein	70
Peter Domitner Kolumne	74
BranchenTag 2021	76
Reportage gesundheitstraining.ch	78
Andreas Bredenkamp Kolumne	80
Pandemie News	86
Udo Münster Kolumne	90
Fachartikel Personal Training	92
Robert Looser Kolumne	94
Wolfgang Bahne Kolumne	96
basefit.ch News	100
Interview Werner Kieser	104
Edy Paul Kolumne	110
Peter Regli Kolumne	112
Eric-Pi Zürcher Kolumne	116
SFGV News	120
Svizzera italiana	122
Suisse romande	123
Inserentenverzeichnis	126
Termine und Adressen	128
Impressum	130



Ihr Outdoor Gym - wir unterstützen Sie bei der Umsetzung mit:

- innovativen Strukturen f
 ür funktionelles Training
- belastbaren und witterungbeständigen Bodenbelägen
- wartungsarmen Kraftgeräten mit verstellbaren Gewichten
- Planung und Konzeption mittels Design-Software
- 600 m² Showroom in der Schweiz

Jetzt umsetzen www.ratio.ch/Outdoor-Fitness oder QR-Code scannen















Das neue Herzstück im Studio EGYM Fitness Hub: Training in höchster Präzision

EGYM präsentiert Fitness Hub, das neue Herzstück der vernetzten Trainingsfläche in modernen Fitness- und Gesundheitsanlagen. Mit smartem Onboarding, wiederkehrenden Messungen und Flexibilitätstests sowie der Visualisierung des Trainingserfolgs adressiert Fitness Hub auf einen Schlag drei der drängendsten Kundenbedürfnisse, stellt damit die Mitgliederbetreuung auf ein völlig neues Level und entlastet die Trainer von vielen zeitraubenden manuellen Aufgaben. Für mehr persönliche Interaktion, Trainings- und Gesundheitsberatung, kurz: deutliche Mehrwerte für Mitglieder und Betreiber.



Gerade jetzt ist Fitness Hub eine wertvolle Unterstützung für Fitness- und Gesundheitseinrichtungen, denn Body Scan und Onboarding erfolgen komplett berührungslos und nehmen statt bisher durchschnittlich 20 lediglich zwei Minuten in Anspruch. Anschliessend gewährleisten die intelligenten EGYM Smart Strength und Smart Flex Geräte ein sicheres und effektives Training in nur 30 Minuten, während die trainierenden Mitglieder die erforderliche Distanz zueinander halten. Fitness Hub ist ein weiterer Baustein des offenen EGYM Ökosystems, das sämtliches EGYM Equipment, die EGYM Apps für Trainer und Mitglieder sowie eine ständig wachsende Zahl angebundener Geräte führender Drittanbieter umfasst.

«Uns treibt die Vision des Fitnessstudios an, das für alle funktioniert. Mit Fitness Hub setzen wir in puncto vernetzte Trainingsfläche und bestmögli-

ches Trainingserlebnis für die Mitglieder einen weiteren Meilenstein», betonte Philipp Roesch-Schlanderer, EGYM Mitgründer und CEO. «Durch das optimale Zusammenspiel mit dem EGYM Ökosystem bietet Fitness Hub den Fitness- und Gesundheitseinrichtungen eine konsistente, qualitativ hochwertige und personalisierte Trainingserfahrung, die sowohl Mitglieder als auch Trainer begeistert.»

Fitness Hub wurde vom EGYM Engineering Team von Grund auf neu entwickelt. Er verfügt über modernste 3D-Bildgebungstechnologie, einen 27-Zoll-Full-HD-Touch-Screen im ergonomischen Hochformat und ist dank seiner hochwertigen Verarbeitung bestens für den professionellen Dauereinsatz im Studio geeignet. Fitness Hub ist der zentrale Touchpoint der vernetzten Trainingsfläche für wiederkehrende unkomplizierte Messungen und Tests zur nachhaltigen Motivation der Mitglieder. Er nutzt die

offene EGYM Cloud zur nahtlosen Einbindung einer steigenden Anzahl an Geräten von Drittherstellern, wie z. B. Körperanalysewaagen von Seca, Tanita und InBody oder Smart Cardio-Geräte, u. a. von Matrix oder Precor. Nach Körperscan und Gewichtsanalyse sorgt Fitness Hub für die automatisch korrekte Einstellung aller angebundenen Geräte. Als eines der weltweit ersten Produkte ist der Fitness Hub mit Microsofts neuester 3D-Kamera Azure Kinect 3.0 ausgestattet — für höchste Präzision und zuverlässige Messungen. Die physische Interaktion mit dem Personal oder den Geräten ist auf ein absolutes Minimum reduziert — ideal, um alle Anforderungen an Abstandswahrung bzw. Sicherheit zu erfüllen.

War es bislang für das Mitglied schwierig, wenn nicht unmöglich, Verbesserungen bei Muskellängentraining und Körperzusammensetzung schnell und

nachvollziehbar zu erkennen, macht EGYM Fitness Hub das Messen per Bildschirm-Anleitung einfach und intuitiv. Schummeln ist übrigens zwecklos: Fitness Hub stellt mit seiner smarten Technologie sicher, dass alle Messungen korrekt und ohne Abstriche durchgeführt werden. Sämtliche Trainingsfortschritte weist die EGYM Branded Member App u. a. in ihrer beliebten BioAge Funktion zuverlässig aus. Das BioAge steht für Gesundheit und Leistungsfähigkeit, ermittelt aus den Dimensionen Kraft, Stoffwechsel, Cardio und dank Fitness Hub nunmehr auch Flexibilität. Der Flexibilitätswert wird aus der Bewegungsfreiheit der Gelenke unter Berücksichtigung des Alters der Trainierenden anhand der Flexibilitätstests am Fitness Hub oder an vernetzten Partnergeräten berechnet.

EGYM-Chef Philipp Roesch-Schlanderer: «Fitness- und Gesundheitseinrichtungen rund um den Globus müssen sich seit Beginn der Pandemie rasch an eine neue Welt mit veränderten Mitgliedererwartungen anpassen: ob kontaktlose Interaktion, hybride Modelle aus Studio- und Heimtraining oder gesundheitsorientierte Workouts. In allen Fällen spielt unsere EGYM-Technologie eine herausragende Rolle. Nur so werden wir den Erwartungen der Mitglieder gerecht, und nur so können wir Millionen potenzieller Kunden, die

ein gesundheitsförderndes Training suchen, ein entsprechendes attraktives Angebot machen. Fitness Hub ist der nächste grosse Schritt in Richtung Erhöhung der Trainingseffizienz, stärkere Motivation der Mitglieder und grösserer wirtschaftlicher Erfolg für Fitness- und Gesundheitseinrichtungen.»

E G



M

Scanne den QR-Code, um mehr über Fitness Hub zu erfahren oder direkt einen Demo-Termin zu vereinbaren



www.egym.com

Euer neues EGYM Team für die Schweiz

Wir freuen uns, Euch mit Daniel und Freddy zwei langjährige Branchenexperten als Eure neuen Ansprechpartner in der Schweiz vorzustellen. Top motiviert und mit tiefer Marktkenntnis beraten Euch die Beiden zu allen Themen rund um das EGYM Ökosystem. Für den Erfolg Eurer Mitglieder!



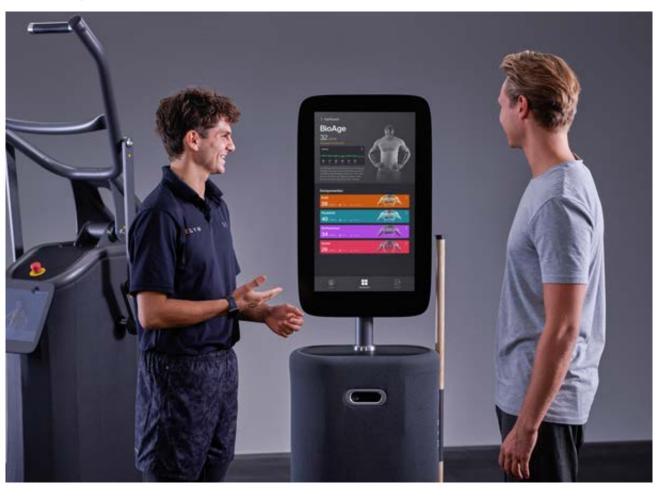
Daniel Holsträter
Postleitzahlen: 4, 5, 9, 8 (ausser die
Kantone Schwyz & Glarus), Voralberg (AT)
Mobil: +41 79 360 10 13
daniel.holstraeter@egym.ch



Freddy Mora

Postleitzahlen 3, 6 (inkl. Tessin), 7, 8 (Glarus & Schwyz), Liechtenstein

Tel. +41 79 123 58 33 freddy.mora@egym.com





Was lernen wir von Corona?

Von Roger Gestach





Check-Up bei Ihren Kunden

Umfassende Körperanalyse in weniger als 1 Minute

- Standortbestimmung fürs Training
- Gesundheitsberatung
- ✓ neue Ziele definieren
- Neukundengewinnung

Jetzt anrufen: 044 500 31 80 und InBody testen!



Exklusiver Vertriebspartner für die ganze Schweiz:

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



Dass die Corona-Pandemie unsere Art zu leben verändert hat, steht ausser Zweifel. Das Positivste an der Krise ist sicherlich. dass sich die Natur während den Shutdowns erholen oder zumindest durchatmen konnte. In diesem Zusammenhang empfehle ich Ihnen den Film «The Year Earth Changed» zu schauen. Wenn die Homeoffice-Pflicht wegfällt, werden viele Arbeitgeber sicher wieder verlangen, dass ihre Mitarbeiter vermehrt im Büro sind. Aber die Arbeit im Homeoffice wird trotzdem weiterhin einen wichtigen Stellenwert beibehalten. Denn Mann oder Frau muss nicht an jeder Sitzung physisch anwesend sein, das haben uns die Online-Meetings gezeigt. Die Digitalisierung wurde wegen Corona um Jahre schneller vorangetrieben. Für die Natur sicherlich ein Gewinn, dass Geschäftsreisen im Ausland zukünftig seltener stattfinden werden und dass generell weniger geflogen wird. Und dass die Leute ihr eigenes Land nun besser kennenlernen konnten. Ich musste 50 Jahre alt werden, dass ich die Schweiz auch etwas abseits der touristischen Pfade ausgiebig erkundet habe! Natürlich gibt es da auch die sehr negativen Seiten von Corona: Todesfälle, Vereinsamung, Gewichtszunahme, Shutdowns, verordnete Schliessungen, Ausgangssperren, Konkurse und eine massive Zunahme der psychischen Probleme!

Was hat Corona in der Fitnessbranche bewirkt: Online-Training wurde vor Corona bestenfalls belächelt. Klar ist, dass Online-Training wieder abnehmen wird, es wird aber als Ergänzung bleiben. Auch das Hometraining wird wieder abnehmen. Es ist definitiv nicht das gleiche, wie im Gym zu trainieren. Auch bei den Ausbildungen hat sich dank Corona einiges getan. Neu sind Hybrid-Ausbildungen entstanden. Diese sind so aufgebaut, dass der Kunde

selbst entscheiden kann, ob er die Ausbildung, oder Teile davon, lieber vor Ort oder zu Hause am Bildschirm absolviert.

Sicherlich werden die expandierenden Ketten mit ihren kaufkräftigen Investoren an Bord von der Krise profitieren. Es werden sich für sie günstige Gelegenheiten bieten um weitere Center zu kaufen und da es generell mehr freie Gewerbeflächen geben wird, ergeben sich weitere Expansionsmöglichkeiten. Von den freien Flächen sollte aber die ganze Branche profitieren: Dies gibt nämlich Druck auf die Vermieter und jetzt ist der richtige Zeitpunkt, um den Mietzins neu zu verhandeln.

Was auch zunehmende Beliebtheit erfährt, sind Outdoor-Gyms. Ich würde Ihnen deshalb raten, bei einem neuen Center oder bei einer Erweiterung zu prüfen, ob es auch eine Möglichkeit für eine Outdoor-Fläche gibt. Ebenfalls sollten die heutigen Abo-Modelle kritisch hinterfragt werden: Ist es heute noch zeitgemäss, dass sich ein Fitnesscenter aufgrund von Jahresabonnementen mit seinen Mitgliedern Gläubiger schafft oder sollten wir besser auf flexible Modelle wechseln (oder zumindest ein Teil davon)? Die Digitalisierung wurde u. a. wegen Corona auch in unserer Branche vorangetrieben und wird weitergehen.

Der SFGV rechnet diesen Sommer mit einer Pleitewelle. Wie ich bereits im Editorial erwähnt habe, bin ich nicht so negativ eingestellt. Eine Studie aus England hat gezeigt, dass Einzelstudios nach dem Lockdown wieder besser angelaufen sind als Kettenbetriebe. Bei uns wird sich dies noch zeigen. Im Moment laufen die kraftsportorientierten Center besser als die gesundheitsorientierten Center.



Bieten Sie Ihren Mitgliedern die maximale Sicherheit mit einem Hochleistungs-Luftreiniger mit Plasmatechnologie!

In der Fitnessbranche stehen die Zeichen endlich auf Wiedereröffnung. Doch überall ist die Verunsicherung gross und die Skepsis spürbar. Viele Ihrer Mitglieder werden abwägen, ob sie das Training in einem Fitnessstudio wieder aufnehmen wollen. Deshalb kommt es jetzt darauf an, Vertrauen zu schaffen und mit geeigneten Massnahmen das Training in Ihrer Gesundheitseinrichtung langfristig für alle so sicher wie möglich zu machen.



Abstand, Trennwände, Zugangskontrollen, Schutzmasken oder Hand- und Flächendesinfektion sind Vorkehrungen, die inzwischen in aller Munde sind. Lüften ist zum Dauerthema in Corona-Zeiten geworden. Aber wie wäre es, die Raumluft einfach zu desinfizieren?

Der AernoviR, ein zertifiziertes Produkt aus der Medizintechnik, arbeitet mittels Hochintensiv-Plasma-Luftentkeimung. Diese Methode zerstört nachweislich Keime, deaktiviert Viren, entschärft die allergene Wirkung von Pollen und neutralisiert zudem Gerüche.

AernoviR: Reine Luft – keimfreie Oberflächen

Sprechen, Atmen, Husten — wo Menschen sich in geschlossenen Räumen aufhalten, schweben trotz zahlreicher Massnahmen Viren, Bakterien und Keime als Aerosole frei in der Luft. Bei hoher Konzentration stossen die einzelnen Partikel zusammen und bündeln sich zu Aerosolwolken, die sich erst nach Stunden auf Oberflächen, wie Trainingsgeräten, absetzen. Je höher die Viren- und Keimkonzentration in der Luft ist, desto höher ist somit auch die Belastung der Oberflächen.

Die blosse Verwirbelung der Luft bewirkt nur eine noch grössere Verbreitung von Keimen und Viren. Ähnliches gilt häufig auch für viele Klimaanlagen und Lüftungssysteme, verstopfte Filter und verkeimte Abluftrohre. Aktuell gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Systeme auf dem Markt, die eine wirkungsvolle Reinigung der Luft versprechen. Die Geräte der Aernovik Produktreihe reinigen die Luft effektiv und kontinuierlich von Viren, Keimen, Bakterien und Allergenen mit professioneller Plasma-Technologie. Dank ihres hohen Reinigungsvo-

lumens sorgt diese auch bei Dauerbetrieb für eine permanent gleichbleibende Reinigungsleistung.

AernoviR ist ein Hightech Medizinprodukt «Made in Germany», das durch die Kombination verschiedener Filtersysteme sowie Plasmatechnologie in Verbindung mit biochemischen Prozessen die Luft von Viren, Bakterien, Keimen und Gerüchen optimal und ohne Nebenwirkungen reinigt. Als Modulsystem lassen sich so, je nach Bedarf die unterschiedlichsten Ausstattungsvarianten zusammenstellen: Abhängig von Einsatzort und Raumgrösse ist der AernoviR in vier Ausführungen erhältlich mit Reinigungsvermögen von 115 Kubikmetern bis zu 500 Kubikmetern je Stunde.

Wettbewerbsvorteil durch maximale Lufthygiene

Gemäss einer repräsentativen Umfrage von YouGov Deutschland* meiden 51 Prozent der Menschen in Deutschland aktuell öffentliche Innenräume, um sich vor einer Ansteckung mit dem Coronavirus zu schützen. Für die Studie wurden 2'089 Personen ab einem Alter von 18 Jahren befragt. 78 Prozent der Befragten, die vor der Corona-Pandemie zumindest gelegentlich ein Fitnessstudio besucht

haben, würden sich dort künftig

sicherer fühlen und eher wiederkommen, wenn die Luft im Studio durch ein medizinisch geprüftes Luftreinigungsgerät gereinigt würde. Die Mehrheit der Trainierenden würde somit ein Fitnessstudio vorziehen, das mit professionellen Luftreinigungsgeräten ausgestattet ist, statt eines ohne Luftreiniger zu besuchen.

Entsprechend hoch ist die Nachfrage. Die Geräte der AernoviR Produktreihe werden bereits in sämtlichen Studios einiger grosser Fitnessketten eingesetzt. Auch unzählige Einzelbetreiber haben ihre Räumlichkeiten mit den Geräten ausgestattet.

Vertrauen der Mitglieder gewinnen

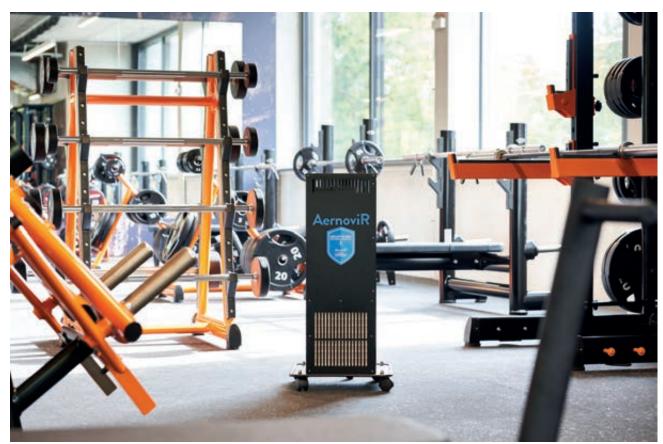
Spätestens seit letztem Herbst mussten Studiobetreiber sich aktiv mit der Qualität und der Belastung der Raum- und Atemluft beschäftigen und erkennen, dass das Zusammenspiel der verschiedensten Massnahmen nach derzeitigem Wissensstand der beste Weg zur Minimierung des Infektionsrisikos ist. Nur ein ganzheitliches Hygienekonzept gibt den Mitgliedern im Fitnessstudio ein sicheres Gefühl und kann das Ansteckungsrisiko minimieren.

AernoviR bietet:

- Sichere und zuverlässige Entkeimung bei getesteter Wirksamkeit
- Schutz vor Keimen, Viren, Allergenen und Krankheitserregern
- Reduktion der Luft- und Flächenbelastungen
- Geringer Platzbedarf und Mobilität es wird lediglich eine Steckdose benötigt
- Niedrige Betriebskosten
- Flexibler Betrieb
- Wichtiger Baustein im allgemeinen Hygiene- und Präventionsplan

Kontakt:

Johnson Health Tech. (Schweiz) GmbH Tel: +41 (0)44 843 30 30 office@johnsonfitness.eu www.die-luft-ist-rein.eu



* durchgeführt im September 2020

Die Evolution einer Legende Das neue Gold's Gym in Berlin



Gold's Gym, eine der bekanntesten Fitnessketten der Welt, stellt erstmalig das neue Studiokonzept vor. In Berlin Spandau entstand mitten im Lockdown der Gold's Gym Campus Europe, eine 5'200 m² grosse Anlage, die sowohl CO2- als auch klimaneutral betrieben wird. Der Einsatz von recycelbaren Materialien und einer für Fitnesscenter aussergewöhnlichen Energieeffizienz wurde sogar ausgezeichnet. Das Gym erhielt mit dem «LEED Zertifikat» in der höchsten Stufe Platinum, das internationale Siegel für besonders nachhaltiges Bauen.

Gold's Gym Campus Europe – Weltweit einzigartig grün!

Wohl kein anderes kommerzielles Fitnesscenter kann mit einem derart umweltfreundlichen Zusammenspiel punkten: Im Ausdauerbereich des Studios finden sich 10 Meter hohe Bäume, welche Schadstoffe aus der Luft filtern und die Atmosphäre deutlich verbessern. Hoch strapazierfähige Trainingsböden aus entsorgten Autoreifen oder Kork wurden verlegt. Das Blockheizkraftwerk arbeitet mit Biogas, eine Solarblume speichert Sonnenenergie und Wandfliesen sind aus recycelten Computermonitoren. Gemeinsam mit der TU Berlin wurde zudem eine Technologie entwickelt, die es möglich macht auf 150 Radergometern, den sogenannten «Boost Bikes», aus Muskelkraft Strom zu erzeugen.

The Mecca of Fitness and Bodybuilding – Qualität und Performance

Nicht nur beim Thema Nachhaltigkeit macht der aus verschiedenen Teilbereichen bestehende Gold's Gym Campus Europe keine Kompromisse. Die 1965 in Kalifornien gegründete Marke, steht wie keine andere für Leidenschaft und Erfolg beim Training. Frühere Mitglieder wie Arnold Schwarzenegger oder Lou Ferrigno haben im Gold's Gym Venice ihre Karrieren gestartet — eine Geschichte die verpflichtet.

Das neue Gold's Gym definiert durch professionelle Betreuung, der Qualität des Gerätepartners «gym80» und einer allumfassenden Ausstattung, einen völlig neuen Standard auf europäischem Boden. Die Pure Kraft Strong Geräteserie, der Posing Room oder die schwersten goldenen Kurzhanteln der Welt machen aus Berlin Spandau künftig eine echte Pilgerstätte für Fitness-Enthusiasten. Fans der Marke bekommen mit Eröffnung des Studios sowohl vor Ort als auch im neuen Online-Store eine grosse Auswahl an Kleidung, Merchandise und Nutrition präsentiert.

Neben einem Outdoor Gym für alle Mitglieder erwartet die Besucher des Campus auch ein Performance Center — zumindest sofern sie Leistungssport betreiben. Dieser speziell ausgestattete Bereich ist exklusiv für Wettkämpfer vorgesehen. Egal ob Fussballer, Leichtathleten oder Basketballer — hier können Topathleten ihren Trainingsalltag effektiv ergänzen. Mit Eröffnung wird der Standort auch zum offiziellen Stützpunkt des «Bundes Deutscher Berufsboxer».

Die Aus- und Weiterbildung der eigenen Mitarbeiter aber auch Workshops sowie Seminare für Mitglieder werden über die Gold's Gym Academy angeboten. In ihr wird das Wissen aus über fünf Jahrzehnten Bodybuilding-Geschichte mit neuen, innovativen Ansätzen fortgeschrieben und über eine Content-Plattform mit der Community geteilt.

«Fitness und Bodybuilding ist unsere Leidenschaft. Sie war die treibende Kraft bei der Konzeption des neuen Gold's Gym Campus Europe. Aber auch die aussergewöhnliche Geschichte dieser legendären Marke, ein neues Bewusstsein für Verantwortung und die Wünsche der vielen Mitglieder, die weltweit bei Gold's Gym trainieren, haben wir berücksichtigt. Auf das Ergebnis sind wir absolut stolz, denn mit dem Gold's Gym Campus Europe können wir unseren Mitgliedern ein leistungsorientiertes Trainingserlebnis, Spass und Erfolg garantieren. Sobald wir grünes Licht der Regierung bekommen, werden wir eröffnen», so Pierre Geisensetter, Kommunikationsleiter Studiomarken, RSG Group.





Die Folgen der Pandemie auf die Fitnessstudios

Müssen Studiobetreiber besorgt sein um die Zukunft ihrer Branche nach einem Jahr des Quasi-Stillstands und Lockdowns, sowie einer massiven Zunahme des Online- und Heimtrainings?



Die Corona-Pandemie hat die Menschen zwei Dinge gelehrt: Fakten sind nicht wegzudiskutieren, und Fakten können durch Regierung und Behörden missbraucht werden. Das Individuum steht dazwischen und muss einen Weg finden, um würdevoll ans andere Ufer zu kommen.

Die Corona-Fakten sind einfach zu verstehen: Die Krankheit betrifft überwiegend alte bis ganz alte Menschen und/oder Menschen mit Vorerkrankungen. Dazu gehören insbesondere Übergewicht, Diabetes und hoher Blutdruck. Salopp ausgedrückt: Covid-19 betrifft überwiegend Alte und Unfitte. Statistische Ausreisser müssen akzeptiert werden, ohne die generelle Einsicht zu schmälern. Es erkranken ja auch Menschen an Lungenkrebs ohne jemals geraucht zu haben.

Der Missbrauch der Fakten führte zu einem absurden Lockdown-Debakel, welches insbesondere auch die Fitnessstudios betraf. Verantwortlich dafür sind Regierung und Behörden. Dies ist meine persönliche Meinung, welche — sagen wir — nur von einer Hälfte der Bevölkerung geteilt wird. Die andere Hälfte teilt die Meinung der Behörden und unterstützt bedingungslos die geltenden Anweisungen. Auf die Folgen hat dieser Umstand keinen Einfluss. Die Corona-Fakten aber sehr wohl!

Denn diese sind nicht wegzudiskutieren. Alle haben es spätestens nach einem Jahr der massiven Einschränkungen begriffen: Wer fit und gesund ist, hat von Covid–19 wenig bis nichts zu befürchten. Und die Menschen haben reagiert und reagieren weiter. Anders ist nicht zu erklären, dass der allgemeine Bewegungsdrang der Bevölkerung während der Pandemie geradezu explodiert ist. Und zwar auf allen Kanälen, Outdoor wie Indoor, virtuell wie analog. Die Fitness–Affinität der Bevölkerung ist nach der Pandemie auf einer höheren Stufe angelangt und wird dort bleiben.

Nach Monaten des Lockdowns ist die Zukunftsangst vieler Studiobetreiber nachzuvollziehen. Aber sie ist keinesfalls gerechtfertigt. Denn das verfügbare Reservoir an potentiellen Kunden hat sich während der Pandemie massiv vergrössert. Das «Peloton-Argument» ist dabei schon mitberücksichtigt: Die starke Zunahme des Trainings Zuhause mittels Online-Angeboten wie Peloton oder Freeletics ist für unsere Branche hochwillkommen, denn es beweist die grundsätzliche Akzeptanz unserer Angebote und Methoden in einem jetzt viel grösseren Segment der Bevölkerung. Eine Bevölkerung, welche vor der Pandemie der Idee des Fitnesstrainings mehrheitlich kritisch bis ablehnend gegenüberstand.

Die spezifischen Vorteile des Fitnessstudios gegenüber einem Online- und Heimtraining wurden vom Virus nicht dahingerafft, im Gegenteil. Der Mensch ist ein soziales Wesen, welches sich zudem über eine hohe Mobilität definiert. Beide Bedürfnisse werden durch den Studiobesuch befriedigt. Zudem ist der Mensch Zeit seines Lebens ein Lernender, welcher sich dazu primär an seinen Mitmenschen misst. Betreffend der Entwicklung der persönlichen Fitnessmethoden gibt es keine bessere Plattform als das Fitnessstu-

Die «Konkurrenz» durch Peloton et al. müssen Studiobetreiber und Fitnesstrainer sportlich nehmen. Sie können daraus nur lernen und erken-

nen, dass die Angebote und Methoden in ihrem Studio für genügend Menschen einen genügend grossen Mehrwert darstellen, um anstelle teurer Home-Geräte und Lizenzgebühren ein preiswertes Abo zu lösen. Und dies in der Gewissheit, für das investierte Geld ein Maximum an Qualität und Vielfalt zu erhalten.

Die Entwicklung der Menschheit geht weiter voran. Die Pandemie konnte das nicht stoppen, sondern hat wichtige Trends sogar stark beschleunigt. Dazu gehört das Gesundheitsbewusstsein. Die Fitnessstudios sind die materialisierte Verkörperung dieses Mega-Trends und bleiben es weiterhin.



Markus Egli

Markus Egli ist seit 1983 Inhaber und Geschäftsführer des Fitness Zentrum Wetzikon.

www.fzw.ch

MAKE YOUR CHOICE



(einfach kombinieren)

Welches Cardio Equipment ist das Beste für meinen Club, meine Anforderungen und die meiner Mitglieder?

Jetzt haben Sie die Wahl! Mit der neuen Matrix Cardio-Generation konfigurieren Sie innerhalb von zwei kompletten Geräteserien die Rahmen und Konsolen exakt so, wie es Ihren Wünschen entspricht.





Es wird wieder trainiert!

Nach mehr als 7 Monaten im Lockdown öffneten auch die Fitnessbetriebe am 19. Mai wieder ihre Pforten. Die Freude über den Re-Start war groß. Trotz der schwierigen Situation blicken die Studiobetreiber voller Zuversicht in die Zukunft. Denn der Stellenwert von Gesundheit und Fitness hat sich während der Pandemie weiter stark erhöht.

"Ich bin fest davon überzeugt, dass durch diese Pandemie das Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung weiter gewachsen ist", betont Gottfried Wurpes, CEO von the fitness company. "Fitnessbetriebe werden eine wesentliche Anlaufstelle dafür sein, dieses gestiegene Bedürfnis nach Gesundheit und Wohlbefinden zu befriedigen. Deshalb war es jetzt umso wichtiger, dass die Fitnessbetriebe bei der ersten Öffnungsphase am 19. Mai mit dabei waren. Wir haben uns von Beginn der Pandemie an für eine sichere Öffnung der Fitnessstudios eingesetzt und werden auch künftig alle Initiativen unterstützen, um die Rahmenbedingungen in der Branche zu verbessern."

Nun sprechen neun Fitnessstudio-Betreiber über die Wiedereröffnung am 19. Mai, über ihre Aktivitäten während des Lockdowns, über die Umsetzung der Corona-Regeln in ihren Studios, über die Zukunft der Branche und über ihre Erwartungen an die Politik.



Die Vorfreude auf die Wiedereröffnung überwog die Herausforderungen, die damit verbunden waren. Wir waren sehr froh, dass wir bei der ersten Öffnungswelle mit Gastronomie und Hotellerie dabei waren und hoffen, dass es jetzt der letzte Lockdown war. Wir stellen uns aber darauf ein, dass uns Maßnahmen wie zum Beispiel die Kontaktverfolgung, die Kontakthäufigkeit und die Masken noch länger begleiten werden. Die Situation wird sich von Tag zu Tag, von Woche zu Woche mehr entspannen. Im Juni werden wir bereits einen ersten guten Schritt machen, ab Sommer erwarten wir einen normalen Betrieb. Die Corona-Regeln sind bei uns problemlos umsetzbar. Wir können



downs haben wir sehr viel in unsere Studios investiert. Wir bieten sehr gute Mitgliedschaftsangebote mit einer kostenlosen 10-tägigen Testebase und





FACTBOX

Fitnessclub: vita club
Gründer: Christian Hörl
Gründungsjahr: 1988
Anzahl der Clubs: 3
Location: Salzburg

Clubgröße: 4.000 m² (Mondsee)

Mehr Infos: www.vitaclub.at

monatlicher Kündbarkeit. Einschränkungen wird es in erster Linie bei Kursen geben, aber auch hier wird es bald wieder normaler ablaufen. Im Cardio- und Kraftbereich gibt es überhaupt keine Einschränkungen. Als Branchensprecher in Österreich verhandle ich seit einem halben Jahr mit der Politik. Wir wollen eine Mehrwertsteuersenkung und auch weitere Erleichterungen bei der Absetzbarkeit von Fitnessbeiträgen sowohl bei Firmen als auch bei privaten Veranlagungen. Auch nach der Eröffnung brauchen wir noch Unterstützung, sonst werden es einige Betriebe nicht schaffen. Natürlich ist es jetzt für uns alle sehr herausfordernd, aber wenn Corona auch etwas Positives hatte, dann das, dass Leute gesehen haben, wie wichtig Training und Fitness für ein starkes Immunsystem sind. Deshalb glaube ich an eine starke Zukunft unserer Branche. Wir wussten lange nicht wie wir die Stimmung bei unseren Kunden einschätzen können. Erst in der letzten Woche nach ausschicken der Modalitäts-Infos konnten wir eine freudige Resonanz verzeichnen. Nach dem ersten Lockdown war der Zuspruch etwas moderater, jetzt rechne ich schnell mit einer guten Auslastung. Die Nachfrage von bestehenden und potentiellen Kunden war hoch. Es ist jedoch in diesen Zeiten schwierig Prognosen zu machen. Während des Lockdowns haben wir unsere Studios bedarfsgerecht, kundengerecht und auch ablaufgerecht adaptiert. Wir waren immer so vorbereitet, dass wir täglich hätten aufsperren können und haben uns auf das prognostizierte neue Kundenprofil eingestellt. Die Kunden haben sehr viel draußen und zuhause trainiert, weshalb es jetzt eine große Sehnsucht nach dem Club gibt. Das ist die Homebase, in der man sich mit



Gleichgesinnten trifft. Gleichzeitig haben wir uns auf die Digitalisierung fokussiert und Kurse On Demand angeboten. Es wird jetzt eine gute Mischung geben. Die Regeln zur Wiedereröffnung werden wir einhalten. Diese sind durchsetz-





FACTBOX

Fitnessclub: Injoy Graz Gründer: Uwe Maninger Gründungsjahr: 2004 Anzahl der Clubs: 3 Location: Steiermark

Clubgröße: 3.000 m² (Injoy Graz Süd)

Mehr Infos: www.injoy-graz.at

bar, aber es ist für einen Dienstleister immer schwierig, weil dies einen Mehraufwand bedeutet und wir dadurch von unserer eigentlichen Dienstleistung abgehalten werden. Wir stehen mit jedem Club vor einer Neueröffnungsthematik. Nachdem wir das Marketing im Lockdown nicht unterbrochen haben, gibt es im größten Club über 500 potentielle Neukunden. Wenn davon auch nur ein geringer Prozentsatz starten will, ist das sehr erfreulich, bringt aber die Mitarbeiter von 0 auf 200 in den ersten Wochen. Deshalb haben wir eine Woche vor Eröffnung unsere Crews mit einem straffen Trainee Programm aus dem Kurzarbeitsmodus geholt. In Bezug auf die Mehrwertsteuer wäre natürlich eine Senkung auf 10 Prozent gut und alle, die sich auf private Kosten fit halten, weniger ins Gesundheitssystem einzahlen müssten oder zumindest einen Teilbetrag dieser privaten Kosten ersetzt bekämen.





Bewegung ist essentiell für die menschliche Gesundheit. Wir freuten uns des-



FACTBOX

Fitnessclub: Prinz Fitness Gründer: Roland Prinz Gründungsjahr: 2020 Anzahl der Clubs: 1 Location: Oberösterreich Clubgröße: 1.200 m²

Mehr Infos: www.prinzfitness.at

halb riesig darauf, dass wir nach sieben Monaten den Menschen wieder unser Fitness-Angebot zur Verfügung stellen durften. Ich rechne von Beginn an mit vielen Kunden. Der Drang nach Bewegung ist groß, deshalb bin ich sehr optimistisch. Man muss natürlich abwarten, wie das mit den Tests angenommen wird. Sobald es für den Impfpass digitale Lösungen gibt, wird das für uns auch einfach zu kontrollieren sein. Wir sind Teil des Lebens und da gehört die 3G-Regel momentan eben dazu. Die Durchimpfungsrate steigt, weshalb die Krankheit immer mehr an Schrecken verlieren wird. Ich hoffe deshalb sehr, dass wir keine Schließungen mehr brauchen werden. Während des Lockdowns haben wir unser Studio weiter umgebaut und voll digitalisiert. Wir können jetzt unseren Kunden mit der Voll-Digitalisierung ein ultimatives Trainingserlebnis bieten. Auch den ganzen Eingangsbereich haben wir völlig umgestaltet. Es wird für unsere Kunden deshalb schon ein besonderes Erlebnis, wenn sie bei uns bei der Tür hereinkommen. Die Umsetzung der Corona-Regeln ist natürlich nicht einfach, weil man als Betreiber dabei in die Pflicht genommen wird. Wir können diese Situation aber nicht ändern und müssen uns damit arrangieren. Es braucht unbedingt auch Eigenverantwortung bei den Kunden. Wir werden alles gewissenhaft umsetzen und unseren Kunden größtmögliche Sicherheit bieten. Unsere Branche wurde durch die Lockdowns sehr strapaziert, weshalb es wichtig wäre, wenn es zu Erleichterungen durch die Politik kommen würde.





FACTBOX

Fitnessclub: Clever Fit

Gründer: Dipl.-Kfm. Alfred Enzensberger

Gründungsjahr: 2012 (Österreich)

Anzahl der Clubs: 41

Location: Österreichweit

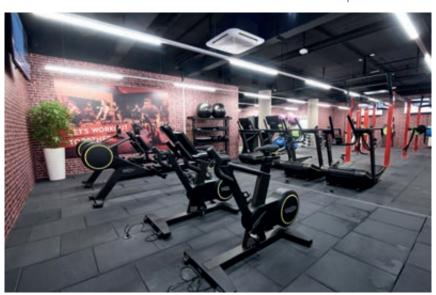
Clubgröße: 2.400 m² (Linz-Wegscheid)

Mehr Infos: www.clever-fit.com

Die Wiedereröffnung war ein bewegender Moment für uns. Nach so vielen Monaten der Schließung hatte man kleine Freudentränen im Gesicht. Wir hoffen jetzt auf eine dauerhafte Öffnung und dass wir das Schlimmste überstanden haben. Für den Re-Start



haben wir unsere Studios perfekt aufgestellt. In der Zentrale haben wir uns über die Digitalisierung und die Fitness der Zukunft Gedanken gemacht und haben die App-Programmierung vorangetrieben. Das war in den vergangenen 18 Monaten unsere Hauptarbeit. Bei der



Umsetzung der Corona-Regeln erwarte ich keine großen Komplikationen. Aus den Öffnungsschritten im vergangenen Jahr sind wir darauf schon gut eingestellt. Durch die Drehkreuzsteuerung ist eine 100-prozentige Nachverfolgungskette möglich. Auch das Hygienekonzept funktioniert, die Testsituation ist so wie sie ist. Das können wir nicht beeinflussen, aber wir sehen uns gut vorbereitet für den Re-Start. In Deutschland haben bereits vor Österreich einige Studios geöffnet. Die Besucherfrequenz in Deutschland war gut und wurde von Tag zu Tag besser. Zum Re-Start haben wir unsere App gelauncht. Das war auch der Startschuss für das digitale Zeitalter bei Clever Fit. Aber das Wichtigste ist jetzt für uns, dass wir unsere Kunden wieder zum Training bei uns begrüßen dürfen. Dass sie das Gefühl bekommen, dass das Training sicher ist. Danach werden wir im Rahmen der Digitalisierung neue Wege gehen. Während der Pandemie haben wir gesehen, wie abhängig man von der Politik ist. Es ist in den vergangenen Monaten sicherlich nicht alles zur Zufriedenheit unserer Branche gelaufen. Da fehlt uns zum Teil einfach die Lobby. Wir müssen besser aufzeigen, dass wir ein wesentlicher Treiber der Gesundheit der Bevölkerung sind. Wir leisten einen wichtigen Beitrag, um den Bewegungsmangel der Bevölkerung zu reduzieren. Wir müssen weg vom Image der Mucki-Buden hin zu modernen Gesundheitszentren. In diesen schwierigen Zeiten wären Hilfen der Politik natürlich wichtig. Die Mehrwertsteuersenkung aufgrund unserer Bedeutung für die Volksgesundheit hätte einen hohen Stellenwert.

Die Vorfreude auf die Wiedereröffnung war nach insgesamt sieben geschlossenen Monaten riesengroß. Daher freue ich mich besonders auf unsere loyalen Kunden, die uns im Lockdown laufend positive Nachrichten gesendet haben. Dank der guten Impfraten können wir die Pandemie sicher eingrenzen und hoffen, dass es keinen weiteren Lockdown mehr geben wird.

Wir sind guter Dinge, dass der Andrang von Beginn an groß sein wird, da die positiven Resonanzen, vor allem nach bekannt werden des Restarts, immer mehr wurden. Zur guten Stimmung unserer Kunden hat sicherlich auch beigetragen, dass wir während des Lockdowns keine Beiträge abgebucht haben. Mit Onlinekursen aus dem Club, Trainings- und Erklärvideos zu Gesundheitsthemen, hielten wir nicht nur den Kontakt zu unseren Mitgliedern, sondern hatten auch von externen Interessenten sehr hohe Zugriffsraten auf allen Portalen.

Während des Lockdowns haben wir unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geschult und zu Ausbildung geschickt. Wir haben in die Anlage investiert, Renovierungsarbeiten durchgeführt und diverse Neuerungen geschaffen. Zur Wiedereröffnung halte ich jetzt nichts von Aktionismus, sondern einer weiteren Anpassung der hochwertigen Betreuungsstruktur. Vor allem die Betreuung im gesundheitsorientierten Training ist unsere Kernkompetenz. Und genau diesen Part werden wir qualitativ neuerlich erhöhen.

Die Digitalisierung ist wichtig, sie darf



aber nicht in einer Anonymisierung der Kunden enden. Und genau deshalb ist die Betreuung nicht nur für den Trainingserfolg, sondern auch für die soziale Komponente jetzt wichtiger denn je. Notwendig wäre auch, dass wir von der Politik endlich als Gesundheitsbetriebe Anerkennung finden. Schließlich trägt unsere Arbeit nachweislich zur Verbesserung der Volksgesundheit bei. Daher



FACTBOX

Fitnessclub: Fitcenter Hallein Gründer: Manfred Petautschnig

Gründungsjahr: 1993 Anzahl der Clubs: 4 Location: Salzburg

Clubgröße: 2.500 m² (Hallein)

Mehr Infos: www.fit-center-hallein.at

sollten auch die Gesundheitskassen ihre Beiträge leisten — aber nur dann, wenn auch die gesundheitsorientierte Ausrichtung und Kompetenz eines Fitnessclubs belegt werden kann. Nachdem die Pandemie das Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung sensibilisiert hat, können wir mit der richtigen Positionierung auf jeden Fall positiv in die Zukunft blicken.





Nach sieben geschlossenen Monaten war die Vorfreude auf die Wiedereröffnung natürlich sehr groß. Es war höchste Zeit, dass wir wieder aufsperren konnten. Schaut man sich die Zahlen





FACTBOX

Fitnessclub: Fit Fabrik Gründer: Michael Zrost Gründungsjahr: 2006 Anzahl der Clubs: 19

Location: Wien, NÖ, OÖ und Bgld Clubgröße: 3.600 m² (Stadlau)

Mehr Infos: www.fitfabrik.at

an, dürfte die jetzige Corona-Strategie gut greifen. Wenn die Durchimpfung so weiterläuft, könnten wir es bald geschafft haben. Ob es von Beginn an einen Andrang geben wird, lässt sich schwer sagen. Der Bedarf an körperlicher Betätigung ist jedoch groß, weil in den vergangenen Monaten viele nicht die Möglichkeit hatten, sich zu bewegen. Vielleicht sind die Leute aber verunsichert und warten noch bis Herbst. Es kann in beide Richtungen gehen, der Bedarf nach Fitness ist aber eindeutig da. Wir waren während des Lockdowns mit Gerätewartungen, Umbaumaßnahmen und Renovierungsarbeiten sehr aktiv. Bei all unseren 19 Clubs gibt es keinen Mangel und auch für die Sicherheit ist gesorgt. Das Hygienekonzept können wir überall leicht umsetzen. Wie es mit dem Vorweisen von Tests laufen wird, lässt sich noch nicht einschätzen. Grundsätzlich macht das natürlich Sinn und ich denke, dass es dann vor Ort gut funktioniert. Aber es gibt hierzu noch keine Erfahrungswerte, das ist Neuland

für alle. Unser Motto lautet jetzt "Get back on track", also zurück zu Fitness und Gesundheit. Dazu gibt es drei verschiedene, attraktive Angebote. Alles was uns als Branche hilft, wie zum Beispiel die Senkung der Mehrwertsteuer, ist gut. Auch die Absetzbarkeit der Beiträge würde uns sicher mehr Kunden bringen. Auch wenn wir wirtschaftlich eine harte Zeit hinter uns haben, werden wir auf alle Fälle immer positiv bleiben. Wir werden weiter Vollgas geben, durchhalten und schauen, dass wir mit vereinten Kräften gut durchkommen.





John Harris

FACTBOX

Fitnessclub: John Harris Gründer: Ernst Minar Gründungsjahr: 1983 Anzahl der Clubs: 12

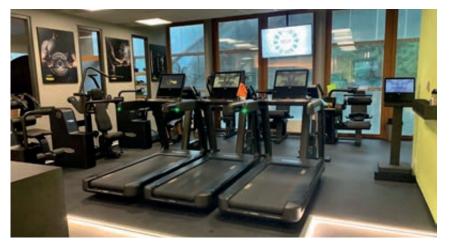
Location: Wien, OÖ und Steiermark **Clubgröße:** 7.000 m² (Schillerplatz)

Mehr Infos: www.johnharris.at

Die Vorfreude auf die Wiedereröffnung war sehr groß. Viele unserer Kunden haben uns schon vorab kontaktiert und freuen sich, wieder trainieren zu können. Wir sind sehr positiv gestimmt. Natürlich hoffen wir, dass es der letzte Lockdown war und sind sehr zuversichtlich, dass es keinen mehr geben wird. Alle Corona-Regeln, die es jetzt gibt, werden wir so lange sie gelten natürlich einhalten. Aber wir hoffen, dass sie bald vereinfacht werden und dass vor allem die Tests bald nicht mehr nötig sind. Während des Lockdowns haben wir Renovierungsarbeiten wie zum Beispiel den Tausch der Lüftungs-

filter durchgeführt. Ich bin zuversichtlich, dass es jetzt bald wieder einen normalen Studio-Betrieb geben wird. Die Kunden wollen wieder ins Studio, es gibt sehr viele positive Stimmen. Unsere regulären Angebote für unsere Kunden sind immer sehr gut, weshalb wir jetzt auch keine speziellen Angebote brauchen. Es wäre wichtig, dass so wie in der Gastronomie die Mehrwertsteuer auf 10 Prozent reduziert wird. Dies würde uns als Branche, die die Fitness und Gesundheit der Bevölkerung nachweislich fördert, sicherlich sehr helfen.





Die Freude auf die Wiedereröffnung war sehr groß. Aufgrund der Maßnahmen und Investitionen, die wir getätigt haben, haben sich unsere Kunden schon sehr auf die Öffnung gefreut. Seit dem Lockdown 2020 haben wir in zwei Etappen umgebaut. Im ersten Step haben wir die Infrastruktur für die Digitalisierung bereitgestellt, im zweiten dann umgesetzt. Unser Ziel war es, ein Club der Interaktion mit High-End-Standard zu werden. Wir sind zum einen jetzt volldigitalisiert, zum anderen haben wir neue Benutzungsrechte im Angebot, die





FACTBOX

Fitnessclub: Vitadom
Gründer: Heinrich Schiffert
Gründungsjahr: 2000
Anzahl der Clubs: 1
Location: Tirol

Mehr Infos: www.vitadom.at

Clubgröße: 1.200 m²

flexibel auf die Kundenwünsche angepasst werden. In der Zukunft sehe ich nur zwei Gruppen im Fitness-Bereich: das High-End und die Billig-Schiene. In der Mitte wird es schwierig. Aufgrund der Digitalisierung können wir auch die Corona-Regeln einfach umsetzen. Wir haben ein komplettes Contact Tracing. Jeder sieht auch auf seiner App die aktuelle Studioaulastung. Die Verbesserung

der Rahmenbedingungen der Fitnessbetriebe muss immer ein Thema sein. Was uns in der Pandemie zurückgeworfen hat, war, das manche Clubs Beiträge abgebucht haben. Ohne Leistung kann man kein Geld verlangen. Zu Beginn werden wir denke ich, fünf bis sieben Wochen brauchen, bis wir wieder zur Normalität zurückkehren. Bis wir wieder Anschluss finden an Februar 2020 wird sicher ein halbes oder dreiviertel Jahr vergehen. Unsere Branche wird aber künftig vom gestiegenen Bewusstsein für Gesundheit profitieren. Man hat aber ohnehin nur zwei Möglichkeiten: Man schaut nach vorne und packt an oder man stagniert — das ist dann ein Rückschritt und kann gefährlich werden. Man soll Entscheidungen treffen, solange man sie noch selbst treffen kann. Wenn andere sie treffen, kann man sie nicht mehr beeinflussen.



FACTBOX

Fitnessclub: Life Fitness Club 2.0

Gründer: Manfred Scheel Gründungsjahr: 1986 Anzahl der Clubs: 1 Location: Vorarlberg Clubgröße: 1.800 m²

Mehr Infos: www.life-fitness.at

Es war jetzt höchste Zeit, dass wieder geöffnet wurde. Die Vorfreude darauf war riesengroß. Wir sind guter Dinge, dass es der letzte Lockdown war.



Das hängt aber natürlich alles von der zukünftigen Situation der Viruslast ab. Während des Lockdowns haben wir unser Studio von A bis Z auf den Kopf



gestellt, haben neu ausgemalt, die Sanitäranlagen neu gestaltet, bei allen Gerätschaften einen kompletten Jahresservice gemacht. Uns war nicht langweilig, alles wurde optimal für unsere Kunden vorbereitet. Die Corona-Regeln werden sicherlich ein Aufwand für uns alle. Wir haben unsere MitarbeiterInnen mehrmals dafür geschult und hoffen, dass auch unsere Kunden die Maßnahmen annehmen. Wir glauben, dass der Andrang von Beginn an groß sein wird. Zu manchen Tageszeiten kann das vielleicht zu kleinen Problemen führen. Viele scharren schon in den Löchern, dass sie endlich wieder zu uns kommen können. Es wird auch Neukunden geben und der eine oder andere wird jetzt vielleicht auch nicht mehr kommen. Unsere Re-Start-Aktion heißt Phönix. So wie Phönix wollen wir aus der Asche auferstehen. Neue Kunden bekommen bei uns die Möglichkeit, fünf Wochen ohne Vertragsbindung zu trainieren. Es gibt auch Jahresabos mit entsprechenden Vergünstigungen. Was wir dann daraus machen, liegt an uns. Wir wollen die Leute begeistern und hoffen, dass sie dann bei uns weiter trainieren. Die Open Fitness-Aktion der Branche war sehr wichtig, aber wir werden jetzt keine großzügigeren Möglichkeiten bekommen als andere Branchen. Ob es weitere Erleichterungen geben kann, wird sehr viel vom Impfstatus abhängen. Unser Einsatz war wichtig. Wir haben es diesmal geschafft, dass wir nicht so wie beim ersten Lockdown 14 Tage später als andere Branchen öffnen dürfen.

Seien Sie dabei! Aufstiegskongress 2021 – digital und vor Ort

Der Aufstiegskongress findet in diesem Jahr am 8. und 9. Oktober voraussichtlich wieder im m:con Congress Center Rosengarten statt, gleichzeitig können die Inhalte auch digital abgerufen werden. Das diesjährige Kongressmotto lautet: «COME BACK better & stronger». Denn die Frage, wie Krisen erfolgreich überwunden werden können, beschäftigt wohl alle Unternehmen der Fitness- und Gesundheitsbranche aktuell am meisten.



Corona — kein Thema beschäftigt die Branche so sehr, einschliesslich der damit verbundenen behördlich angeordneten Schliessungen von Fitness- und Gesundheitsstudios. Bereits im vergangenen Jahr konnten auch die Vorträge des Aufstiegskongresses ausschliesslich digital angeboten werden. Nun hoffen die Veranstalter — die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG), die BSA-Akademie und die BSA-Zert —, dass der Kongress auch wieder vor Ort stattfinden wird. Gleichzeitig werden die Vorträge erneut digital abrufbar sein.

Das Motto: «COME BACK better & stronger»

Egal welche Ursache eine Krise hat, Unternehmer/-innen stellen sich immer die Frage, wie sie diese überwinden können und nach ihrem «Comeback» besser und stärker werden.

Mit welchen Strategien man schwierige Situationen bestmöglich meistert und wie eine erfolgreiche Weiterqualifikation und Positionierung für die Zukunft gelingt, wird ein zentrales Thema des diesjährigen Aufstiegskongresses unter dem Motto «COME BACK better & stronger».

Spannendes und topaktuelles Programm

In ihren Vorträgen beschäftigen sich renommierte Referenten/-innen u. a. mit den Themen Management, Training, Ernährung, Coaching und Betriebliches Gesundheitsmanagement. Auf unterschiedliche Weise setzen sie sich mit der Frage auseinander, wie Fitness- und Gesundheitsstudios wieder zurück auf die Erfolgsspur finden und Krisen bewältigen können.

Zum Beispiel spricht der Sportwissenschaftler Marcel Reuter in seinem Vortrag darüber, wie die Myokinbildung und somit auch die Gesundheit durch die Trainingsgestaltung positiv beeinflusst werden können. Wie man in Zeiten von Corona digitale Neukundengewinnung betreibt, erfahren Interessierte im Vortrag des (Online-) Marketing-Experten Pascal Kühnhenrich.

Manuela Reusing zeigt den Zuhörenden, wie sie Kunden/-innen begeistern können, indem sie auch zukünftig ihren Präsenz-Kursplan intelligent mit digitalen Angeboten erweitern.

Save the date

Der Aufstiegskongress ist eines der Branchenhighlights in 2021. Informieren Sie sich und Ihre Mitarbeiter/-innen am 8. und 9. Oktober 2021 vor Ort in Mannheim und digital in spannenden Vorträgen von anerkannter Referenten/-innen über die neuesten Entwicklungen der Fitness- und Gesundheitsbranche.

Mit dem Newsletter immer up to date

Melden Sie sich auf der Kongresswebseite für den kostenfreien Newsletter an oder folgen Sie uns auf Facebook. So bleiben Sie immer aktuell informiert. www.aufstiegskongress.de www.facebook.de/aufstiegskongress

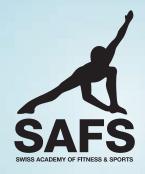


FACHKONGRESS FÜR AKTIVE GESUNDHEITSGESTALTER

8. + 9. Oktober 2021



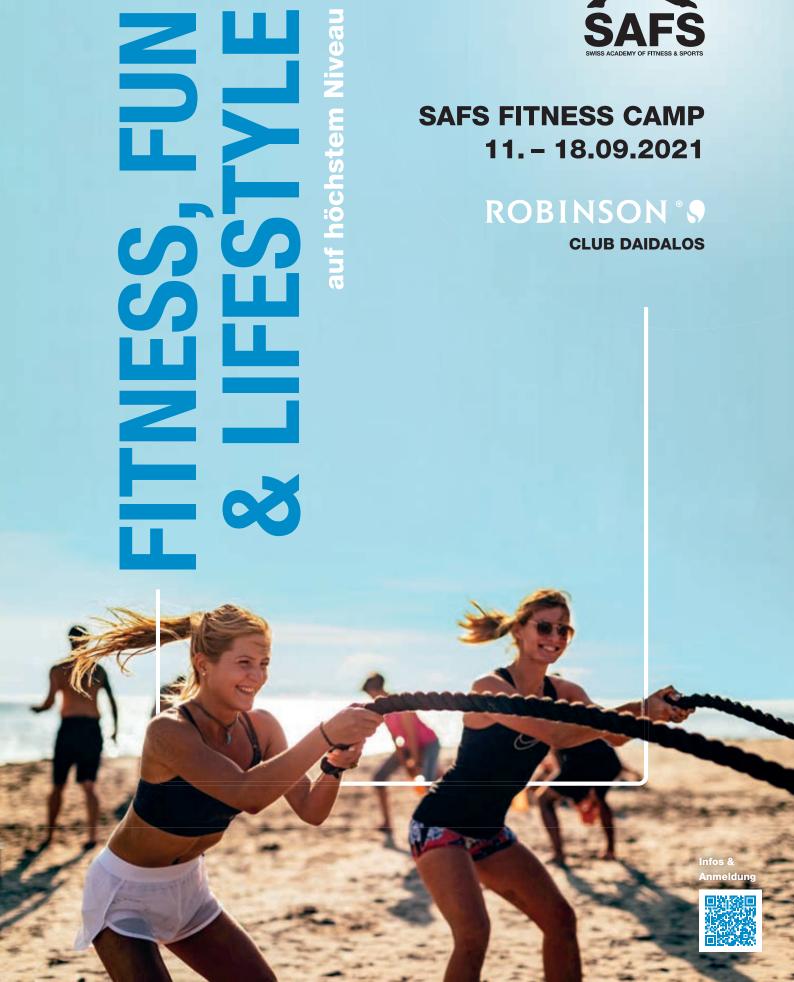




SAFS FITNESS CAMP 11. - 18.09.2021

ROBINSON ° S

CLUB DAIDALOS



Markenberg: Mit Positivität und Tatendrang voraus!

Von Roger Gestach

Marco Kraft Eggenberger und Lars Harms in ihren Markenberg Geschäftsräumen in Langnau am Albis: Hier arbeiten sie an der Verwirklichung ihrer Vision, unter anderem mit dem Ziel, den Gesundheitsmarkt im Bereich Vertrieb und Beratung nachhaltig zu verändern. Roger Gestach besuchte die beiden in ihren Räumlichkeiten.



«Was ich als Erstes, gleich nach dem herzlichen Empfang durch Marco und Lars gespürt habe, sind Positivität und Tatendrang. Dazu passt die tolle Location, die sich die beiden ausgesucht haben: Das Spinnerei-Areal in Langnau am Albis. Ein Gebäude mit Tradition und Geschichte; sehr gut gelegen und gut erreichbar mit dem Zug oder per Auto.

Gleich zu Beginn durfte ich die beiden Bereiche des Wirkens der Firma Markenberg kennenlernen, den Bereich Consulting und den Bereich Brands (Produkte). Die Herangehensweise hat mich beeindruckt: Marco und Lars legen den Fokus auf den Mehrwert für den Kunden. Sie besitzen langjährige Erfahrung im Gesundheits- und Sportbereich sowie in der Betriebsökonomie. Ihr Ziel ist es, Mehrwert für alle zu generieren,

die Endkunden, den Studio-/Therapieinhaber sowie sich selbst. Das erreichen sie durch einen nachhaltigen Umgang mit den zur Verfügung stehenden Ressourcen und bedürfnisorientiertem Vorgehen. So kann zu jedem Gerät auch ein individualisiertes Konzept erhalten werden. Den beiden liegen eine nahe Betreuung und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit am Herzen, weshalb langfristige Partnerschaften selbstredend sind. Darum ist auch die Rabattpolitik eine, worauf sie verzichten. Viel wichtiger sind ihnen gewinnbringende Konzepte, synergiebringendes Zusammenarbeiten, ein vertrauensvolles Netzwerk und nicht zuletzt — Top Pro-

Mit cardioscan und der Schweizer Firma Idiag wurden marktführende, innova-

tive Brands ins Portfolio der Firma aufgenommen. Im Markt ist das Bedürfnis für einen Diagnostikbereich und Körperdaten am wachsen. Bis heute waren die Systeme teilweise kompliziert in der Anwendung und Auswertung und erschwerten damit verbunden die weiterführenden Trainings- oder Therapieempfehlungen.

Ich konnte persönlich die neue Diagnostikwelt von cardioscan kennenlernen und muss sagen, es hat sich einiges getan. Die Systeme sind sehr benutzerfreundlich geworden, der Zeitaufwand minimal und die Resultate simpel in der Auswertung für zielführende Empfehlungen. Das Coole ist auch, dass man die cardioscan Diagnostikwelt modular/individuell, je nach Bedürfnissen, Zielen und Budget aufbauen kann.

Einen grossen Vorteil sehe ich auch im Bereich der Betreuung der Produkte, vom Checkpoint mit z. B. dem Herzund Stressmodul, welches qualifiziertes Personal während dem Testing voraussetzt, oder dem neuen «mescan», welcher auch komplett ohne Personal anwendbar ist und der Trainer oder Therapeut beliebig, je nach Konzept, zugezogen wird. Die Diagnostikwelt im Studio ist da, um den Status quo zu bestimmen, den Kunden zu begleiten, motivieren und unterstützen.

Den «mescan», die neuste Innovation von cardioscan, habe ich gleich getestet. Ich war begeistert! Das Gerät sieht sehr stylisch aus und vereint alle beschriebenen Attribute der heutigen Diagnostikwelt in einem. Ich bin also gespannt darauf mitzuverfolgen, ob es den Markt revolutionieren wird, so wie dies Lars und Marco selbstbewusst voraussagen. Die Branche reagiere sehr positiv darauf und es sei doch auch gerade in diesen schwierigen Zeiten toll, so ein «Hero-Gerät» anbieten zu dürfen. Für sie beide als Schweizer Vertretung, aber auch im Studio für einen gezielten Wiedereinstieg ins Gesundheitstraining. Die beiden hoffen somit, der Schweizer Markt ziehe dem mescan-Erfolg in Deutschland nach, sodass die Trainer und Therapeuten viele Mitglieder und Patienten mit dem Messen und Erreichen der Ziele begeistern können.

Was mich ebenso beeindruckt hat, ist das Thema Nachhaltigkeit, welches bei Markenberg eine grosse Rolle spielt. Nachhaltigkeit im Sinne von einem Mehrwert und Qualität bieten für den Kunden — und dies langfristig. Ein wichtiger Teil der DNA der Firma Markenberg ist die Unterstützung von gemeinnützigen Organisationen in der Schweiz. Markenberg spendet jährlich 3,14 (Zahl Pi) Prozent vom Umsatz.» www.markenberg.com



«Meine mescan Messung - Socken aus und los geht's!»



Kontaktieren Sie unseren starken Partner in der Schweiz.



Effektives Ausdauertraining: Verbesserung der Leistungsfähigkeit

Wer ab und zu im Wald eine Runde laufen geht, hat Ausdauer. Dahingegen jemand der schnell ausser Atmen kommt, hat sie nicht. Ist das so? Die wichtigsten Fragen zum Thema Ausdauertraining und was unter einem effektiven und sinnvollen Ausdauertraining zu verstehen ist, erfährst du jetzt.



Was ist Ausdauer?

Ausdauer ist die Fähigkeit des Organismus, eine gegebene Leistung über einen möglichst langen Zeitraum durchzuhalten, ohne dabei vorzeitig sowohl körperlich als auch geistig zu ermüden und sich nach der Belastung möglichst schnell wieder zu regenerieren.

Welche Wirkung hat Ausdauertraining?

Ausdauerreize wirken auf beinahe alle menschlichen Funktionssysteme. Beim gesundheits- und fitnessorientierten Training stehen die Anpassungen der Organsysteme, im leistungsorientierten Training auch wesentlich die muskulären Anpassungen im Vordergrund.

Gesundheitsorientierte Wirkungen:

- Ökonomisiert die Herzarbeit
- Senkt den Blutdruck
- Stärkt das Immunsystem
- Beeinflusst das Hormonsystem positiv
- Baut Stress ab
- Stabilisiert das vegetative Nervensystem
- Wirkt antidepressiv

Fitnessorientierte Wirkungen:

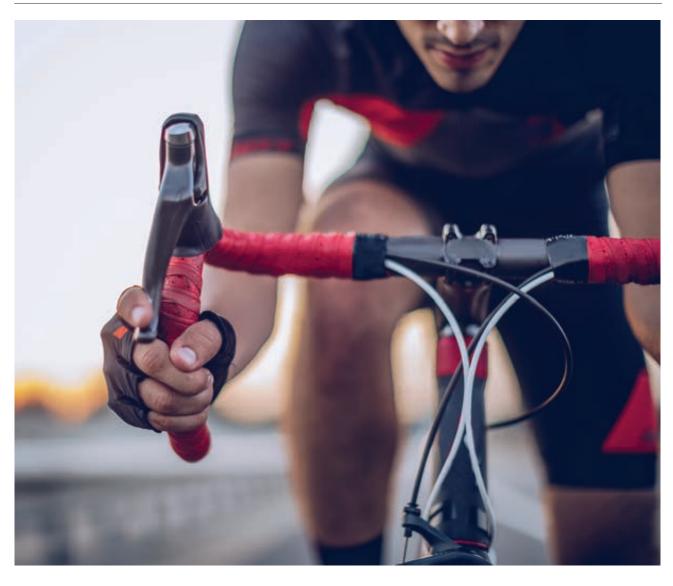
- Verkürzt die Erholungszeit
- Verbessert die Blutumverteilung
- Verbessert die Fliesseigenschaften des Blutes
- Ökonomisiert die Atmung
- Wirkt beruhigend auf das Nervensystem

Leistungsorientierte Wirkungen:

- Steigert die aerobe Leistungsfähigkeit
- Erhöht die Ermüdungswiderstandsfähigkeit
- Verbessert die Erholungsfähigkeit, sowohl während als auch zwischen den Trainingsinhalten und -einheiten
- Fördert die vegetative Umstellungsfähigkeit
- Verbessert die Konzentrationsfähigkeit und damit die Qualität des Techniktrainings

Wie trainiere ich Ausdauer?

Ausdauertraining ist überall möglich. Laut Bericht «Sport Schweiz 2020» bevorzugt die Schweizer Bevölkerung das Ausdauertraining in der Natur.



Wandern, Radfahren, Schwimmen, Skifahren oder Laufen sind an der Spitze der Sportaktivität und Sportinteressen der Schweizer.

Ist die Entscheidung gefallen, was das Ziel des Ausdauertrainings ist und welche Ausdauersportart befürwortet wird, wird man früher oder später auf folgende Begriffe treffen:

- «Aerob»
- «Schwelle»
- «Grundlagenausdauer 1»
- «Grundlagenausdauer 2»
- «Regeneration»
- «Intensitätsbereiche»

Was verbirgt sich hinter diesen Begriffen? Wie bereitet sich man erfolgreich auf Wettkämpfe vor? Und wie funktioniert eine erfolgreiche Belastungssteuerung? Das alles erfährst du bei der neuen SAFS Ausbildung Sporttrainer mit SAFS Diplom Fachrichtung Endurance.

Entdecke die Ausbildung Sporttrainer mit SAFS Diplom Fachrichtung Endurance











Lesmills



SAFS AG SWISS ACADEMY OF FITNESS & SPORTS ALBISRIEDERSTRASSE 226 / 8047 ZÜRICH 044 404 50 70 / info@safs.com

www.safs.com

Der Rennfahrer Sébastien Buemi trainiert mit Technogym

Sébastien Buemi wurde 1988 in Aigle geboren und ist Schweizer Staatsbürger. Im Alter von sechs Jahren fuhr er seine ersten Kartrennen und beeindruckte schnell. Danach erklomm Sébastien rasch die Leiter des Motorsports über die Formel BMW (Vizeweltmeister), die Formel 3, die GP2, bevor er sich von 2009 bis 2011 der Scuderia Toro Rosso als Hauptfahrer in der F1 anschloss.

Seit 2012 und bis heute ist er Test- und Ersatzfahrer für das Red Bull Racing Team in der F1. Parallel dazu wird Sébastien ab 2012 in der WEC-Meisterschaft vom Toyota Gazoo Racing Team sowie von Nissan e-dams in der FIA Formel E eingesetzt. In den Jahren 2014, 18 und 19 wurde er WEC-Weltmeister und 2016 gewann er die Formel-E-Meisterschaft. Er ist auch der Fahrer, der bis heute die meisten GPs in der Formel E gewonnen und die meisten «Pole Positions» eingefahren hat. Darüber hinaus fügt er seiner reichen Erfolgsbilanz den Titel des 24-Stunden-Rennens von Le Mans hinzu; von 2018 bis 2020 dreimal in Folge.

Fürs Protokoll: Buemis Cousine ist Natacha Gachnang, die ebenfalls Rennfahrerin ist. Ihr Grossvater Georges Gachnang nahm 1960 am 24-Stunden-Rennen von Le Mans teil und stellte in den 1960er Jahren unter der Marke «Cegga» Renn- und Sportwagen her. Sébastien ist verheiratet und hat zwei Kinder.



Die FITNESS TRIBUNE konnte den sympathischen Rennfahrer aus der Westschweiz interviewen.

FT: Lieber Sébastien, wie bist Du zum Motorsport gekommen?

SB: Dank meines Vaters, der mir das Kartfahren angeboten hat, als ich kaum fünf Jahre alt war. Mein Vater ist Händler und ich war als Kind häufig mit ihm in der Garage. Dann sind wir auf eine Rennstrecke gegangen und so habe ich mit Kartfahren angefangen, bis ich sieben oder acht Jahre alt war. Von da an habe ich begonnen, meine ersten Rennen zu fahren.

FT: Du bist seit Jahren erfolgreich im Motorsport unterwegs, was ist Dein Geheimnis? SB: Ich glaube nicht, dass es ein Geheimnis gibt. Ehrlich gesagt, der heutige Motorsport ist nicht einfach. Man muss hart arbeiten. Körperlich und mental vorbereitet zu sein verlangt einem einiges ab. Alle Daten der Fahrzeugerfassung im Auge zu behalten, um zu lernen, wie man schneller werden und der Beste sein kann. Es ist mit viel Engagement und Aufopferung verbunden. Und das war's. Ein bisschen wie in allen Sportarten heute, denke ich.

FT: Hast Du mit anderen Sportarten gezögert oder wolltest Du schon immer Autorennfahrer werden?

SB: Ja, ich wollte schon immer Autorennfahrer werden. Ich kann mich nicht an mein Leben ohne das Rennauto erinnern. Ich habe ab dem Alter von fünf Jahren mit dem Kartfahren angefangen und ich habe nicht unbedingt viele Erinnerungen an die Zeit davor. Also ja, für mich war es schon immer selbstverständlich, Autorennen zu fahren. Danach habe ich immer gerne auch andere Sportarten gemacht, wie Fussball, Skifahren und andere. Aber im Grossen und Ganzen war es für mich immer klar, Kart- und Autorennen zu fahren.

FT: Wie sieht der Alltag eines Rennfahrers aus?

SB: Zusammengefasst würde ich sagen, häufiges Reisen und viel Zeit in Simulatoren verbringen. Seit den neuen Vorschriften versucht man, die Kosten besser zu managen. Also baut man viele Simulatoren um echte Testtage zu vermeiden, da diese teuer sind. Ansonsten ist mein Leben natürlich mit vielen Reisen zu allen Strecken verbunden. Dazu kommen auch einige Marketing- und Sponsoring-Events. Ebenso ein paar Testtage. Und sonst; körperliches Training, um mich fit zu halten.

FT: Was sind die wichtigsten Faktoren für ein gutes Training?

SB: Das Wichtigste für uns ist, über eine wirklich gute Ausdauer zu verfügen. Dazu ist ein gutes Laufband und ein gutes Trainingsrad essentiell für uns. Danach muss man eine gute Balance zwischen muskulärem Widerstand, Kräftigung und Leichtigkeit finden. Eigentlich muss man keine schweren Gewichte stemmen, aber eine gute Ausdauer zu haben, ist enorm wichtig, denn bei Langstreckenrennen (WEC) verbringt man manchmal bis zu vier Stunden am Stück im Auto. Du musst nicht in der Lage sein, 120 Kilo auf dem Rücken zu heben. Aber Du musst in der Lage sein, Deine Ausdauer lange zu halten.

FT: Wie ist Deine Beziehung zur Marke Technogym?

SB: Ich liebe Technogym. Ich denke, es ist die Spitze der Fitnessgeräte. Es gibt nichts Besseres. Dank Technogym verfüge ich über ein schönes Fitnessstudio zu Hause und kann gut trainieren. Darüber bin ich sehr glücklich.

FT: Ganz kurz, wie ist das Gefühl in der F1 im Vergleich zu anderen Rennklassen (Formel E, WEC...)?

SB: Es ist klar, dass die Formel 1 nach wie vor das schnellste Auto ist, das die meisten G in die Kurven bekommt

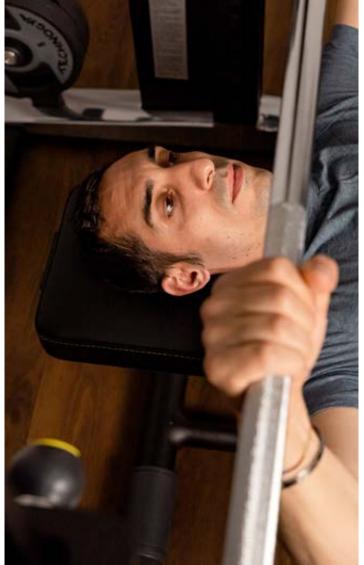


und somit automatisch, physisch, auch das härteste ist. Danach folgt ein Langstreckenfahrzeug, ein Auto mit geschlossenem Dach. Es gibt nicht viel Luft im Inneren, also fühlt es sich physisch ein bisschen anders an. Denn es stimmt, dass man in einem geschlossenen Auto den Eindruck hat, dass einem die Luft fehlt. In der F1 ist es etwas härter für die Muskeln, aber anderer-

seits hat man auch etwas mehr Luft. Dann, was das Fahren angeht, ist die F1 das schnellste Auto, das am meisten beschleunigt, das am schnellsten in die Kurven geht, aber es ist ein Sprintrennen. Im Langstreckenrennen ist das Auto etwas langsamer, aber es ist ein Auto, das läuft. Beim 24-Stunden-Rennen von Le Mans fahren wir zum Beispiel fast 6000 km in 24 Stun-







den. Die Formel E ist ein vollelektrisches Auto. Heute hat das Auto noch nicht das Niveau und auch nicht die Leistung eines F1-Autos. Die Autos verbessern sich jedoch rasch. Es geht immer weiter, aber es ist halt immer noch ein Auto mit Strassenreifen und wenig Flügeln, also sehr geringer aerodynamischer Unterstützung und trotzdem leisten diese Autos viel mehr als das, was wir in der F1 haben könnten.

FT: Was war bisher Dein grösster Sieg?

SB: Ich würde sagen, mein erster Sieg bei den 24 Stunden von Le Mans. Dieses Jahr werde ich bereits zum zenten Mal teilnehmen. Ich habe insgesamt dreimal gewonnen, aber der erste Sieg bleibt, glaube ich, trotzdem der schönste. Und mein erstes Rennen in der F1. Es war natürlich kein Sieg, sondern ein siebter Platz. Aber auch das ist ein Kindheitstraum, eines Tages in der F1 fahren zu können. Dieses erste Rennen wird eine grossartige Erinnerung bleiben.

FT: Was sind Deine Ziele im Motorsport?

SB: Ich fahre weiter mit Toyota Langstreckenrennen, in der Formel E mit Nissan e-dams und im Simulator für Red Bull. Ich möchte in allen Rennen, an denen ich teilnehme, gewinnen. Somit sind meine Ziele recht einfach zu beschreiben.

FT: Wie lange möchtest Du gerne noch Rennfahrer sein?

SB: Die Idee ist es, so lange wie möglich auf dem höchstmöglichen Niveau zu sein. Das finde ich toll. Es bereitet mir sehr viel Freude, mich im Wettbewerb zu messen. Ich bin jetzt 32 Jahre alt und hoffe, dass ich mindestens bis zu meinem 40. Lebensjahr im Rennsport bleiben kann. Aber wir werden sehen, wie sich die Zukunft entwickelt.

FT: Hast Du schon Pläne für Deine Zeit nach der Karriere?

SB: Ja, da gibt es zwei, drei geschäftliche Dinge. Ich besitze ein paar Immobilien in der Region, in der ich wohne. Ich habe die Konzession gemeinsam mit meinen Eltern und bin deren Gesellschafter. Zurzeit bin ich nicht viel zu Hause, daher freue ich mich, etwas mehr Zeit mit der Familie mit meiner Frau und meinen Kindern verbringen zu können.

FT: Im Moment bist Du in der Formel E. Ist die Zukunft des Motorsports Deiner Meinung nach elektrisch? Wird die F1 eines Tages durch die Formel E ersetzt?

SB: Nein, ich glaube nicht, dass die Formel E die F1 ersetzen wird. Aus meiner Sicht ist die F1 hauptsächlich eine Show. Sicherlich ist sie auch ein bisschen ein technisches Labor für die Autohersteller. Aber sie bleibt eine grosse Show. Die Formel E ist eher ein Labor. Denn alles, was heute im Formel-E-Motorsport in Bezug auf Elektroautos entwickelt wird, ist recht einfach auf ein normales Auto übertragbar, was in der Formel 1 nicht wirklich der Fall ist. Ich denke, dass die Formel E für die Hersteller weiter wachsen wird, sie hat eine grosse Zukunft vor sich. Aber die Formel 1 bleibt im Moment die Königsklasse und das wird sie auch noch lange bleiben.



FT: Was macht Sebastien Buemi privat gerne?

SB: Ich trainiere gerne. Ehrlich gesagt, geniesse ich die Zeit in meinem Fitnessstudio mit meinem Laufband, mit meinen Gewichten und meinem Fahrrad. Ich verbringe gerne Zeit mit Training. Ich verbringe auch gerne Zeit mit meiner Familie. Ich liebe es, in den Bergen zu sein. Und tatsächlich habe ich ein Chalet in Villars. Ich liebe es, Zeit im Chalet zu verbringen, Ski zu fahren und Aktivitäten mit meinen Kindern zu unternehmen.

FT: Sébastien, vielen Dank für das Interview und wir wünschen Dir weiterhin viel Erfolg!

Lisez l'interview en français en ligne sur www.fitnesstribune.com ou scannez directement le code QR





KRAFT trifft KUNST 2



«Schimmy» Simal Yilmaz, Inhaber von gym80 und Hanspeter Rubner, gym80 Schweiz

Bereits zum zweiten Mal präsentierte gym80 seine Kraftmaschinen in einem aussergewöhnlichen Ambiente, in der Fame Gallery in Zürich. Auf 700 Quadratmetern traf Kraft auf Kunst. Neu dieses Mal: Der Event dauerte ganze vier Tage. Aufgeteilt in zwei Gruppen an je zwei Tagen. Am Mittwoch und Donnerstag, 21. und 22. April war die Ausstellung exklusiv für die Geschäftspartner von gym80 (Fitnessstudiobesitzer, Personal Trainer, Physiotherapeuten u. a.) zugänglich. Am darauffolgenden Freitag und Samstag, 23. und 24. April durften sich dann die interessierten Privatbesucher an den Exponaten satt sehen.

Die Fame Gallery ist eine der grössten Galerien Zürich's. Die Faszination und Leidenschaft für Foto- und moderne Kunst ist Ursprung des Konzeptes. Die Galerie präsentiert nationale und internationale Fotografie und Kunst der Gegenwart und vergangener Tage.

Gezeigt werden etablierte Fotografen und New Talents mit limitierten und unlimitierten Editionen. Mit hochkarätigen Fotografien und Unikaten setzt sich die Galerie mit anspruchsvollen Motiven von den Trends des Massenbildmarktes ab. Gegenüber dem Anlass letztes Jahr konnte die Gallery dieses Mal mit ganz anderen Bildern aufwarten und diese unterstützten den Auftritt der ausgestellten Kraftmaschinen von gym80 auf einzigartige Weise.

Bekannte und internationale Gäste waren vor Ort — unter anderem die beiden ehemaligen Fussballer Philipp und David Degen und auch der Inhaber von gym80, «Schimmy» Simal Yilmaz, liess es sich nicht nehmen, persönlich zu erscheinen. Die Veranstalter, Hanspeter Rubner und Christian Billinger, haben definitiv keine Kosten und Mühen gescheut für einen grandiosen Anlass in einem einzigartigen Ambiente!

gym80 feierte letztes Jahr sein vierzigstes Jubiläum und ist seit jeher dem Ruhrpott treu geblieben. Headquarter samt Produktion befindet sich in Gelsenkirchen, im Herzen des Ruhrpotts. Hier wurde die Geschichte einer völlig neuen Trainingsqualität geschrieben. Mit exzellenter Biomechanik, handwerklicher Präzision und klarem Design hat das Team das Training revolutioniert und verbessert es stetig weiter. Die Firma entwickelt und produziert Kraftgeräte mit unvergleichbarer Qualität und Haltbarkeit. In ihrem Fertigungsprozess wird modernste Technik mit traditioneller, meisterlicher Handwerksarbeit kombiniert. Neben Lasern und Schweissrobotern werden ebenso verschiedenste Handwerker benötigt, die es ermöglichen, eine über 95-prozentige Fertigungsstiefe am Standort Gelsenkirchen zu erreichen. Qualität «Made in Germany» zeichnet gym80 aus.

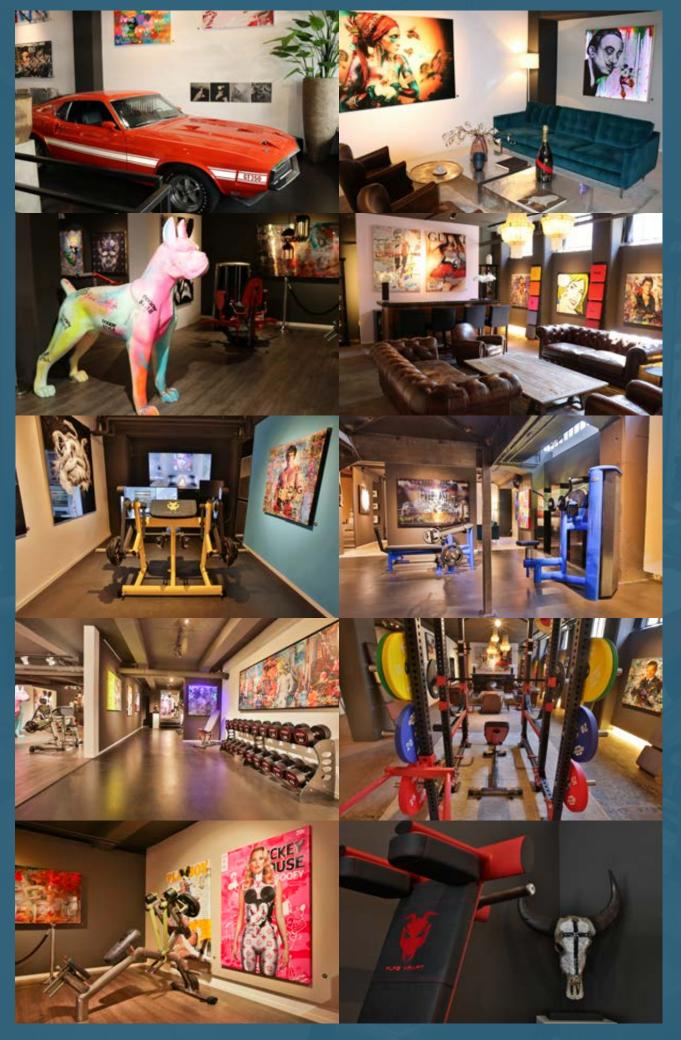
Fotos: Marcel Osztrowski und FITNESS TRIBUNE

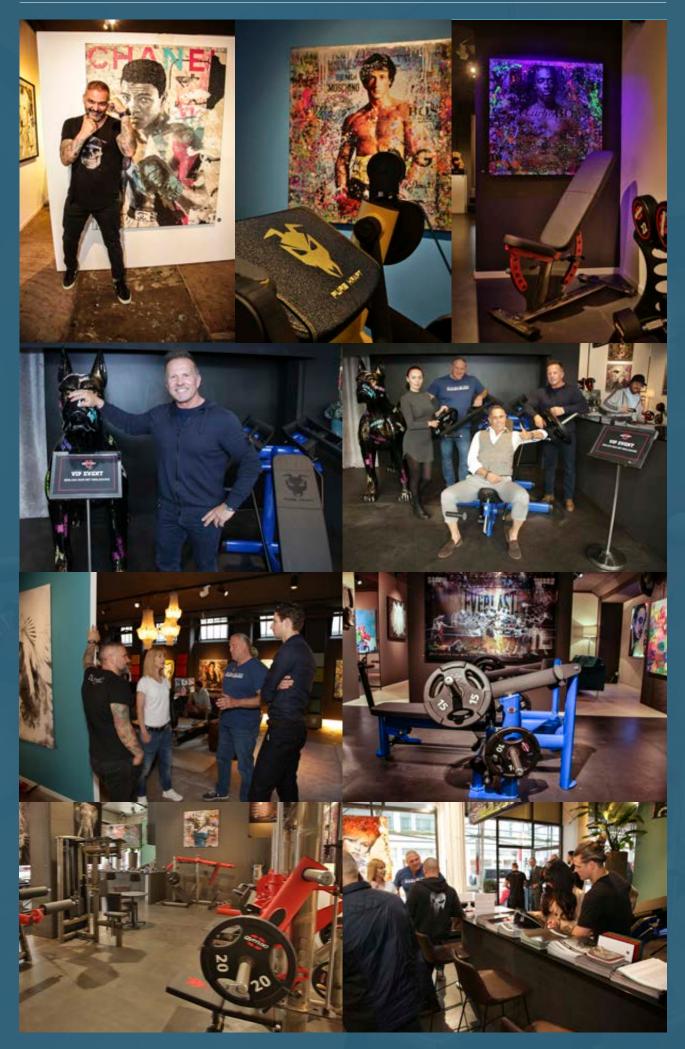


Hanspeter Rubner und Christian Billinger, gym80 Schweiz



Philipp Degen, ehemaliger Fussballer







KURZE LIEFERZEITEN



Neue Standorte für duale IHK-Ausbildung der Deutschen Sportakademie



Die Deutsche Sportakademie bietet ab Herbst das duale Ausbildungsprogramm Sport-und Fitnesskaufmann/-frau (IHK) an den Standorten Köln, Berlin und München an. Aufgrund der grossen Nachfrage startet

die Deutsche Sportakademie ab Herbst 2021 mit ihrem dualen Ausbildungskonzept zum Sport-und Fitnesskaufmann/-frau (IHK) nun auch an weiteren Standorten. "Unsere Auszubildenen kommen aus ganz Deutschland und geniessen durch unsere neuen Standorte noch mehr Flexibilität. Wir freuen uns sehr, dass wir unsere Auszubildenen nun auch in weiteren deutschen Grossstädten begrüssen dürfen" erklärt Miriam Müller, Akademieleiter in der Deutschen Sportakademie. Das duale Ausbildungskonzept zum Sportund Fitnesskaufmann/-frau (IHK), inkl. Professional Fitnesscoach, kombiniert Praxis und Theorie. Bereits nachdem dritten Monat erhalten die Azubis die Fitnesstrainer B-Lizenz. Weitere Informationen zum Ausbildungsprogramm Sport-und Fitnesskaufmann/-frau (IHK) der Deutschen Sportakademie erhalten Interessierte unter: www.deutschesportakademie.de/ausbildungen/ sport-fitnesskaufmann

Lifesum und qualitrain schliessen Partnerschaft

Lifesum, Anbieter der gleichnamigen weltweit führenden Ernährungs-App, und das deutsche Firmenfitness-Unternehmen qualitrain arbeiten jetzt als Partner im Bereich gesunde Ernährung zusammen. Die deutschlandweit über 80'000 qualitrain Mitglieder können ab sofort auf das Ernährungsprogramm von Lifesum zugreifen, das ihnen dabei hilft, ihr Wohlbefinden durch eine

ausgewogene Ernährung zu verbessern. «Bei Ernährung geht es nicht nur um die Zahlen auf der Waage. Was wir essen, ist entscheidend für unseren allgemeinen Gesundheitszustand und für unser Wohlbefinden. Wir freuen

uns darauf, den qualitrain Mitgliedern dabei zu helfen, besser zu verstehen, wie die Lebensmittel, die sie essen, ihr tägliches Wohlbefinden und ihre Leistung beeinflussen», so Marcus Gners, Co-Gründer und CSO von Lifesum. Der Marktführer in der digitalen Ernährungsberatung hat soeben die Marke von 50 Millionen Nutzern überschritten und einen eigenen Gesundheitsbeirat gegründet, der das Unternehmen bei seinen zukünftigen Innovationen unterstützen soll.

Auch qualitrain freut sich über die neu geschlossene Partnerschaft: «Wer seine Mitarbeiter langfristig gesund

und leistungsfähig halten möchte, muss ganzheitliche Konzepte verfolgen, die neben Bewegung und Sport auch andere gesundheitsrelevante Themen in den Fokus rücken. Eine gesunde und ausgewogene Ernährung ist dabei eine wichtige Säule, die wir auch über unser qualitrain Angebot abdecken möchten. Mit Lifesum haben wir dafür den weltweiten Marktführer an Bord geholt und ermöglichen unseren Mitgliedern so den Zugang zu individuellen Ernährungsplänen und Rezepten, die sie beim Erreichen ihrer Gesundheitsziele unterstützen», so Nicolas Stadtelmeyer, Geschäftsführer der qualitrain GmbH.

Anzeige





Jetzt Aus- und Weiterbildung starten:

Fitnessfachwirt (IHK) · Sport- und Fitnesskaufmann/-frau (IHK) inkl. Professional Fitnesscoach Sport- und Fitnesstrainer · Fitnesstrainer B-Lizenz · Personal Trainer · Achtsamkeitstrainer Ernährungsberater · Functional Fitnesstrainer A-Lizenz · Medizinischer Fitnesstrainer A-Lizenz u.v.m.



It's time to switch things up





Myzone hat den weltweit ersten austauschbaren Herzfrequenz-Sensor für das Fitnessstudio, im Freien oder im Wasser vorgestellt. Mit diesem neuen Dual-Sensor-Gerät ist es noch einfacher geworden, persönliche Myzone Effort Points (MEPs) während jeder nur erdenklichen körperlichen Aktivität zu sammeln. Der MZ-Switch kann auf drei verschiedene Arten getragen werden. Somit sind die Richtlinien der Weltgesundheitsorganisation WHO für körperliche Aktivität (das entspricht 1'300 MEPs pro Monat) leichter erreichbar als je zuvor.

Der MZ-Switch kalibriert sich automatisch auf die Ruhe- und Spitzenherzfrequenz seiner Nutzer und berücksichtigt das Alter, um jede Leistungszone für jeden Benutzer individuell zu ermitteln. Je mehr Anstrengungen unternommen werden, desto mehr MEPs werden erreicht, unabhängig vom sportlichen Können. Dieses einzigartige und sehr leicht verständliche System stellt sicher, dass jeder Nutzer die Informationen erhält, die für sein Training wirklich wesentlich sind, wie persönlicher Anstrengungsgrad, durchschnittliche Intensität, Herzfrequenz, verbrannte Kalorien und mehr.

Zum Patent angemeldete Technologie

MZ-Switch ist das weltweit erste Gerät, das sowohl PPG- (Photoplethysmographie) als auch EKG- (Elektrokardiographie) Messwerte registriert. Es bietet eine vollständige und exakte Überwachung und stellt damit sicher, dass die Messung der körperlichen Aktivität eines Benutzers lückenlos erfolgt.

Der handgelenkbasierte Monitor bietet eine PPG-Genauigkeit von 95% für alle nicht greifenden Aktivitäten und sich wiederholenden Bewegungen, einschliesslich Schwimmen, Laufen, HIIT usw. Die Technologie verwendet einen optischen Blutflusssensor, der ein LED-Licht in die Haut strahlt, um die

Bewegung des Blutes im Arm zu messen. Der Blutfluss erfolgt analog zum Herzschlag, der Blut durch den Körper pumpt und die Herzfrequenz des Benutzers bestimmt. Da der MZ-Switch wasserdicht ist und die Herzfrequenz unter Wasser erfolgreich erfassen kann, eignet sich die Handgelenksmessung perfekt zum Schwimmen.

Bei allen Übungen mit starker Beugung im Handgelenk wie z.B. Rudern, Gewichtheben oder HIIT, sollte der Unterarmgurt oder der Brustgurt verwendet werden.

Die Messung über Brustgurt bietet weiterhin eine EKG-Genauigkeit von 99,4% und basiert auf den elektrischen Impulsen des Herzens. Diese Art der Messung ist perfekt für alle Arten von Übungen, ausser für das Schwimmen, da der Brustgurt keine genauen Daten garantieren kann, wenn der Wasserfluss den Gurt vom Körper trennt. Ob bei HIIT, funktionellen Bewegungen oder Gewichtheben — der Brustgurt liefert die genauesten Daten.

Leicht verständliche Trainingsdaten

Bei Myzone ging es immer darum, komplizierte Daten in einem einfachen Format für Spass und faire Fitness bereitzustellen. MZ-Switch bietet diese Lösung nun all jenen Menschen, die ihre körperliche Aktivität, ihre Herzaktivität, mit einem einfachen und bequemen Handgelenk- oder Unterarmband aufzeichnen möchten. Dies ist ideal für Personen, die zu Fuss oder mit dem Fahrrad unterwegs sind, um dann für ein Training mit höherer Intensität auf den Brustgurt «switchen» — und das alles mit ein und demselben Produkt.

Connectivity

Mit Ant+, Bluetooth und einem integrierten Speicher von 36 Stunden überträgt MZ-Switch ihre Trainingsdaten live auf Ihr Smartphone, Apps und Geräte von Drittanbietern wie Apple Watch, Samsung Watches, Android Wear, Strava, Garmin, MapMyRun, Apple Health und andere mehr. Mittels MZ-Remote können Sie auch von zu Hause aus in Ihrem Fitnessstudio trainieren.

www.myzone.org



It's time to switch things up



INTRODUCING

MZ-SWITCH



Upgrade auf den weltweit ersten austauschbaren Trainingstracker/Herzfrequenzsensor für das Fitnessstudio, für Outdoor oder im Wasser.

Besuche **myzone.org** um mehr zu erfahren oder schreibe eine E-Mail an **deutschland@myzone.org**

Das ist es mir wert – Preispolitik überdacht



Es ist ein Kräftespiel zwischen Angebot und Nachfrage auf dem Markt vor Ort und fordert unternehmerisches Handeln. Aus der Markt- und Kostenentwicklung leitet sich die Bedeutung einer optimalen Preispolitik zwangsläufig ab. Eine kostenorientierte Preispolitik ist wesentlicher Bestandteil einer betriebswirtschaftlichen Betrachtungsweise. Denn — Mitgliederbeiträge sind ein überaus sensibles Thema mit weitreichenden Konsequenzen.

Die Gegebenheiten haben sich gewandelt.

Betrachten wir den Markt: Viele Unternehmen kämpfen ums Überleben. Die



Astrid Holz

Astrid Holz ist seit September 2020 Vertriebsleiterin international bei der Airpressure Bodyforming GmbH. Die diplomierte Marketing Spezialistin war über 13 Jahre Senior Beraterin ACISO Fitness & Health (ehemals Greinwalder & Partner). Jetzt kümmert sie sich mit ihrem Team um die erfolgreiche Umsetzung der Figurformungs-Konzepte Slim Belly® & Slim Legs® in den Clubs.

Reserven sind grösstenteils aufgebraucht, das permanente Hoffen und Warten zermürbt jeden Unternehmer. Mal Lockerungen, dann wieder Lockdown. Die Wirtschaft ist heruntergefahren. Zeitgleich hat die Digitalisierung massiv zugenommen. Online Konferenzen, Online-Schulungen, digitale Bezahlsysteme, massive Zunahme des Online Handels vor allem auch

im Home-Fitness-Bereich und hohe Investitionen in Hygienemassnahmen sind mittlerweile fester Bestandteil des täglichen Lebens geworden.

Betrachten wir die Sicht der Kunden: Über ein Jahr Lockdown. Die Bevölkerung leidet unter Kurzarbeit, Unsicherheit, Angst, Zweifel, Bewegungsmangel, Gewichtszunahme. Gesundheitliche Leiden nehmen zu, Planungssicherheit nimmt ab. Die Leute bewegen sich nicht mehr so häufig wie vor Corona und auch die Trainingsfrequenz hat deutlich abgenommen.

Speziell in der Fitnessbranche gilt es hier eine gemeinsame Basis zu finden. Die Unternehmen müssen neue Mitglieder gewinnen und die Kündigungen der letzten Monate auffangen, damit das Unternehmen wirtschaftlich erfolgreich arbeiten kann. Langfristige Mitgliedschaften versprechen Planungssicherheit. Höhere Investitionen für Lüftungssysteme etc. müssen refinanziert werden. Eine geringere Besucherfrequenz durch grössere Abstände muss entsprechend auf die Mitglieder umgelegt werden.

Elixia Hamburg - elixia-hamburg.de

	<u> </u>
Mitgliedschaftsarten	Young Fitness / Fitness / Premium / VIP / VIP+ 9,90 € / Woche - 69,90 € / Woche
Laufzeiten	13 und 23 Monate alternativ Monatskarte ohne Laufzeit und Bindung
Differenzierung der Angebotsleistungen	anhand der gewünschten Dienstleistungen
Vorteil	für Endkunden transparent und einfach zu verstehen
Umsetzung in Praxis	seit 5 Jahren
Besonderheit	1-monatige Zufriedenheitsgarantie
Unterschiedliches Käuferverhalten vor und nach Lockdown	Zufriedenheitsgarantie schafft Vertrauen. Unterschiedliche Resonanz vor oder nach Lockdown ist nicht ersichtlich.
Prozentsatz der Mitglieder die nach einem Monat kündigen	5%
Umgang mit der Zufriedenheitsgarantie	Offene Kommunikation. Kunde bekommt eigene Vereinbarung als Anlage zum Vertrag.

Die Einstiegsschwelle wird bei Elixia niedrig gehalten durch die Möglichkeit nach einem Monat den Vertrag ohne Angabe von Gründen zu beenden. Das Angebot und die Leistungen werden individuell auf den Kunden abgestimmt.

Die Endkunden hingegen haben Bedenken sich langfristig zu binden. Sie haben Angst vor Ansteckung und haben sich daran gewöhnt daheim oder im Freien zu trainieren. Somit ist die Bereitschaft eine Mitgliedschaft abzuschliessen auf den ersten Blick geringer. Auf der anderen Seite merken die Endkunden auch, dass die Hose kneift, dass während des Lockdowns ein paar Pfunde mehr auf die Hüften gekommen und dass die Rückenschmerzen stärker geworden sind.

Somit muss der Spagat zwischen wirtschaftlichem Interesse der Unternehmen und dem Sog für den Verbraucher geschaffen werden. Es gilt Anreize zu schaffen, um die Einstiegshürde möglichst gering zu halten. Das kann z. B. eine flexible Laufzeit oder eine einzigartige, unwiderstehliche Leistung sein.

Laut DSSV Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft wurde in 2020 die Mitgliedschaft über 12 Monate am häufigsten als Vertragslaufzeit gewählt. 96,2 Prozent aller Anlagen haben diese Alternative angeboten. Zwei Drittel der Anlagen (64,7%) haben eine 24-monatige Laufzeit angeboten.

Es gibt unterschiedliche Strategien das Thema Preispolitik anzugehen. Um die Endkunden zum Training zu motivieren und gleichzeitig die Angst vor langer Bindung zu nehmen, eigenen sich Optionen wie Rücktrittrecht/Zufriedenheitsgarantie.

Anhand von drei Praxisbeispielen werden diese Möglichkeiten aufgezeigt.

Fazit

Jedes Unternehmen ist an langfristigen zahlaktiven Kunden interessiert. Der aktuelle Zeitgeist erfordert auch ein Umdenken in der Fitnessbranche. Nur durch die Rabattierung des Startpaketes lassen sich die Leute nicht unbedingt auf eine langjährige Mitgliedschaft ein. Die Beispiele Elixia, Fitnesspoint und Fit&Fun zeigen, wie man durch flexible und attraktive Angebote erfolgreich neue Mitglieder gewinnen kann. Sind die Mitglieder zufrieden und werden die Erwartungen übertroffen, ist der Prozentsatz derjenigen, die wieder aufhören relativ gering. Flexibilität und Kundennutzen stehen im Vordergrund.

Fitnesspoint Regensburg / Schwabach / Cham - fitnesspoints.de

	•
Mitgliedschaftsarten	Flexi Abo ab 5,99 € / Woche
Laufzeiten	nur monatlich kündbare Mitgliedschaften mit 2-wöchiger Testphase. Zusätzlich Upgra- de-Möglichkeit auf 24 Monate
Differenzierung	
Vorteil	Flexibel und transparent für Endkunden. Un- abhängig von Mitarbeiter leicht verkäuflich
Umsetzung in Praxis	seit August 2020
Besonderheit	2-wöchige Testphase
Unterschiedliches Käuferverhalten vor und nach Lockdown	Kunden freuen sich über Flexibilität. Im Sommer 2020 ca. 30% mehr Mitglied- schaften als im Vorjahr. Die Flexibilität ist den Leuten wichtiger als Preisrabatt.
Prozentsatz der Mitglieder die nach einem Monat kündigen	10%
Umgang mit der Zufriedenheitsgarantie	Offene Kommunikation. Kundennutzen muss spürbar und langfristig erhöht werden, damit Mitglieder bleiben.

Bei Fitnesspoint steht eine absolute Transparenz bei den Beiträgen und monatlich kündbare Abos im Vordergrund.

Fit&Fun Dorfen / Wasserburg / Sportpark Taufkirchen

	<u> </u>
Mitgliedschaftsarten	Basismitgliedschaft plus Upgrades 24,90 − 34,90 € / Monat
Laufzeiten	12 Monate mit 14 Tage Zufriedenheitsgarantie
Differenzierung der Angebotsleistungen	je nach Bedarf und Zubuchung
Vorteil	Flexibilität für den Endkunden und Senkung der Hemmschwelle Mitglied zu werden
Umsetzung in Praxis	in Dorfen seit Dez 2019, in allen anderen Studios seit Mai 2020
Besonderheit	Mitgliedschaften werden überwiegend online geschlossen (ca. 70%), damit personalunabhängig. Wichtig ist bei den Onlineabschlüssen, dass im Vorfeld die entsprechende Bekanntheit des Clubs hergestellt ist und ein positives Image herrscht.
Unterschiedliches Käuferverhalten vor und nach Lockdown	Während 1. Lockdown haben viele von dem 14-tägigen kostenlosen Rücktrittrecht Gebrauch gemacht.
Umgang mit der Zufriedenheitsgarantie	offene Kommunikation

Fit&Fun arbeitet vorwiegend mit dem Online-Abschluss von Mitgliedschaften, sodass die Kunden bequem von daheim aussuchen können was zu ihnen passt. Zudem können die Kunden flexible diverse Addons (wie Faszienzirkel oder Slim Belly) dazu buchen und monatlich wieder abwählen.

Kundenbindung in Zeiten von Corona Digitale Kanäle als zentrale Erfolgsfaktoren

Das Thema Kundenbindung ist in der Branche seit geraumer Zeit besonders präsent. Digitale Kommunikationskanäle gewinnen in diesem Kontext zunehmend an Bedeutung und einige Center haben es dadurch geschafft, die emotionale Verbundenheit ihrer Kunden trotz coronabedingter Schliessungen aufrechtzuerhalten. Was haben sie konkret gemacht und was sind die zentralen Erfolgsfaktoren der digitalen Kundenbindung?



In einer Studie (Kobel & Preuschoff, 2020) der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) wurden mehr als 3'000 Mitglieder zum ersten coronabedingten Lockdown befragt. Das Ergebnis: Center sind in Bezug auf die Kundenbindung dann gut durch die Krise gekommen, wenn sie eine starke emotionale Nähe zu ihren Mitgliedern aufrechterhalten haben.

Durch emotionale Verbundenheit Kundenbindung stärken

Angesichts der Ergebnisse waren die zentralen Erfolgsfaktoren, durch die eine solche emotionale Verbundenheit hergestellt und somit die Kundenbindung gezielt gestärkt wurde, insbesondere ...



eine transparente und umfassende Information

über alle Aspekte, die für die Mitglieder wichtig waren,



ein positives und zuversichtliches Kommunikationsverhalten,



«Gesicht zu zeigen», indem einzelne Mitarbeiter, wie z. B. Trainer, oder aber auch die Geschäftsführung in Videos zu sehen waren,



präsent zu sein, um auf sämtlichen Kommunikationskanälen Fragen und Anliegen der Mitglieder beantworten und behandeln zu können,



und die Zurverfügungstellung ▲ ► ★ mehrwertstiftender Inhalte («Content»), unter anderem in Form von Videos, Beiträgen, Trainingsplänen oder Ähnlichem — insbesondere über digitale Kommunikationskanäle.



Digitale Kommunikationskanäle gewinnen an Bedeutung

Die Kundenkommunikation, -information und -interaktion erfolgte während der Zeit der behördlich angeordneten Schliessungen zumeist vollständig über digitale Kommunikationskanäle (vgl. Clubintel, 2020). Diese werden aus Sicht zahlreicher Branchenexperten (Delloite & ukactive, 2020) aufgrund der «Corona-Dynamik» deshalb immer wichtiger. Um sicherzustellen, dass die vom Unternehmen versendeten Informationen auch tatsächlich bei den Mitgliedern ankommen und ihre gewünschte Wirkung entfalten können, gilt es, gerade bei der Kommunikation über digitale Kanäle (mit



all ihren Besonderheiten) einiges zu beachten.

Digitale Kanäle richtig priorisieren

Damit die grösstmöglichen Effekte auf die emotionale Bindung von Kunden entstehen, bedarf es des überlegten Einsatzes der zur Verfügung stehenden digitalen Kanäle. Zu empfehlen ist die folgende Priorisierung:

In einem ersten Schritt sollten die Kommunikationskanäle bedient werden, die man bereits seit längerem benutzt. Dazu zählen insbesondere die eigene Website sowie der E-Mail-Verteiler der Kunden. Diese werden nicht von einem Algorithmus gesteuert, weshalb man sie «unabhängig» bespielen kann. Die Wahrscheinlichkeit, dass die Informationen, die man versenden will, auch tatsächlich die Zielgruppe erreichen, für die sie bestimmt sind, ist — insbesondere im Vergleich zu den nachfolgenden Kanälen am grössten.

In einem zweiten Schritt ist es empfehlenswert, die Kommunikationskanäle zu bedienen, die man «kontrollieren» kann. Dazu zählen insbesondere Social-Media-Kanäle, auf denen man z. B. entsprechende bezahlte Werbung schaltet. Durch die bezahlte Werbung sowie die explizite Ansteuerung der jeweiligen Zielgruppen kann man genauer beeinflussen, wer die Informationen tatsächlich zu Gesicht bekommt.

Erst in einem finalen Schritt sollten weitere relevante Informationen

(bspw. zusätzliche Posts) dann über Social-Media-Kanäle direkt gestreut werden. Das liegt darin begründet, dass ein Algorithmus bestimmt, welche User der jeweiligen Social-Media-Plattform welchen Beitrag überhaupt zu sehen bekommen. Der Grund: In der Regel ist die Reichweite der Beiträge stark beschränkt bzw. werden die Beiträge, die ein Unternehmen teilt, den Usern gar nicht erst angezeigt oder nur sehr wenigen tatsächlich präsentiert. Somit erreichen wichtige Informationen, sinnstiftende Aktionen und Alternativangebote erst gar nicht alle Mitglieder, für die diese Inhalte interessant sind, und verfehlen dadurch ihren positiven Effekt.

Fazit

Betreiber sollten sich aus diesem Grund immer bewusst sein, dass sie diese spezielle Reihenfolge der Kommunikationskanäle einhalten sollten, um die grösstmögliche Kommunikationswirkung mit ihren Botschaften und Angeboten zu erzeugen. Denn nur wenn die Informationen auch tatsächlich wirken, werden sie dabei helfen, die eingangs beschriebene emotionale Bindung zu sichern und die Kundenbeziehung zu stärken.

Literaturliste

• Clubintel (2020) (Hrsg.). The Fitness Industry's Response to COVID-19 — Insights into the Collective Improvisation, Innovation and Resilience of Global Fitness Operators. Zugriff am 25.11.2020. Verfügbar unter: https://

- www.club-intel.com/download-whitepaper/?redirectUrl=https://www. club-intel.com/wp-content/uploads/ Report-on-Fitness-Industrys-Response-to-COVID-19-1.pdf
- Delloite & ukactive (Hrsg.). European Health & Fitness Market Report 2020. Zugriff am 25.11.2020. Verfügbar unter https://www2.deloitte. com/content/dam/Deloitte/de/ Documents/consumer-business/ European-Health-and-Fitness-Market-2020-Reportauszug.pdf
- Kobel, S. & Preuschoff, G. (2020). DHf-PG-Studie: Fitnesstraining vor, während und nach «Corona». In fitness MANAGEMENT international (fMi), 6 (152), 28-32.



Roman Spitko

Roman Spitko schloss ein Studium der Betriebswirtschaftslehre sowie ein Master-in-Commercial-Law-Studium (LL. M.) ab. Er ist als Dozent für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) sowie für die BSA-Akademie tätig. Zudem fungiert er als Fachleiter Management/Ökonomie.

www.dhfpg-bsa.de

Wie viele Mitglieder erscheinen schon wieder im Training?



Seit mehr als 20 Jahren berate ich über die Firma ACISO Fitness & Health GmbH (vormals Greinwalder und Partner) Einzelunternehmer in der Fitnessbranche in Marketing, Werbung und Unternehmensberatung. Was ist seit der Neueröffnung am 19. April in den grösseren und kleineren Fitnessanlagen meiner Vertragskunden passiert? Diese Frage wird mir von fast allen Unternehmern in unseren Telefongesprächen gestellt:

Wie viele Mitglieder erscheinen schon wieder im Training?

In den meisten Anlagen sind 50 bis 60 Prozent der noch bestehenden Mitglieder wieder zum Training erschienen.

Wie sind die Unternehmer mit der Gutschrift für die verordnete Schliessungszeit umgegangen?

Viele unserer Betreiber haben ihren Mitgliedern die Schliessungszeit vollumfänglich auf ihre jetzige Abo-Laufzeit gutgeschrieben. Gleichzeitig wurde aber auch eine Geschenkkarte kreiert, und zusammen mit einem individualisierten Infobrief über die neu errechnete Abo-Laufzeit an jedes einzelne Mitglied versendet. Zum Beispiel hatte jedes Mitglied des Fitness Zentrum Wetzikon diese Infobereits am Freitag oder Samstag vor der Wiedereröffnung im Briefkasten.

Circa 50 Prozent der wieder Trainierenden haben diese «Geschenkkarte» im Club abgegeben und dem Unternehmen entweder die Gesamtgutschrift von 118 Tagen oder die Hälfte der Schliessungszeit geschenkt. Einige wenige haben die dritte Möglichkeit einer Gästekarte angekreuzt und bringen jemanden mit der bisher noch nicht trainiert hat.

Aus der Erfahrung vom Frühling wissen wir, dass aus 80 Prozent der Gästekarten Neumitglieder generiert werden können. Somit hat diese Variante sogar einen doppelten Wert, denn das Mitglied hat dem Unternehmen ja nicht nur die 118 Tage geschenkt, sondern hat für ihr eigenes Abo keine Verlängerung erhalten und zusätzlich wurde noch ein Neumitglied akquiriert, dass nach Ablauf der 118 Tage ein Jahresabo kauft.

Wie reagieren die ehemaligen Mitglieder und wie reagiert der Interessent, der noch nicht oder schon länger nicht mehr trainiert hat?

Erfreulicherweise erscheinen täglich bei den meisten unserer Fitnessunternehmer täglich ein bis zwei ehemalige Mitglieder um wieder neu zu starten. Das macht richtig Spass, denn somit kann der Mitgliederstamm wieder wachsen. Die Erfahrung zeigt ja auch, dass jedes Neumitglied, auch wenn es ein ehemaliges Mitglied ist, wieder eine weitere Person in ihrem engsten Umkreis vom Training begeistern wird.

Jetzt aber zu den Interessenten, denn gleichzeitig bekomme ich auch die Information, dass die Werbung greift. Im Besonderen sind es die externen Facebook-Kampagnen auf die sich Interessenten melden. Echte Interessenten — wohlgemerkt. Hier ist auffällig, dass vor allem auf ganz konkrete Angebote, wie zum Beispiel das 5-Wochen-Programm für CHF 99—129, aber auch das 6-8-Wochen-Programm für CHF 190—290, gute Reaktionen zu verzeichnen sind. Der Interessent lässt sich also begeistern. Das Team wird natürlich dementsprechend geschult, um aus diesen Programmteilnehmern — genau zum rich-

tigen Zeitpunkt — längerfristige Mitglieder zu machen. Da hat sich eine extrem sympathische Art und Weise im Schweizer Markt bewährt.

Ich freue mich, dass meine Beratungskunden einen Sparringspartner in mir
und unserem Unternehmen gefunden
haben, um all die wichtigen Entscheidungen seit dem ersten Lockdown und
auch in Zukunft nicht alleine treffen
zu müssen. Auch wir haben während
der Zeit des Lockdowns Neukunden
gewonnen und werden ihnen jetzt
helfen, Neumitglieder zu generieren
und ehemalige Mitglieder zurückzugewinnen. Die Werkzeuge dazu und
die extra dafür kreierten Kampagnen
haben sich schon bewährt.



Ariane Egli

ACISO Fitness & Health GmbH Senior Marketing Spezialistin, Leitung Betriebsstätte Schweiz Unternehmerin des Jahres 2017 www.aciso.com



4 WOCHEN ONLINE NEUKUNDENGEWINNUNG





www.aciso.com

Mehr Kundenbindung durch Optimierung meiner betrieblichen Prozesse?



Egal, ob man als Fitness-Einzelunternehmen oder als Fitnesskette auf dem Markt positioniert ist, das letzte Jahr war eine grosse Herausforderung. Nun sind die Studios in der Schweiz seit Mitte April wieder geöffnet und eine ganze Branche wartet gespannt, wie sich der künftige Markt entwickelt. Aber ist Warten der richtige Ansatz um ein Fitnessunternehmen in die Zukunft zu steuern? Oder hilft die Implementierung von neuen Fitnesstrends, der Einstieg in die Digitalisierung, oder der Einstieg in den Gesundheitsmarkt, um mein Unternehmen wirtschaftlich auf eine solide Basis zu stellen? Bevor neue Angebote implementiert oder eine grössere Investition getätigt wird, sollte die Frage gestellt werden: «Wie ist es um meinen Kundenstamm und dessen Zufriedenheit bestellt?»

Denn am profitabelsten für ein Fitnessunternehmen sind ja vor allem die zufriedenen Mitglieder, welche ihre Mitgliedschaft verlängern und somit automatisch weniger Werbekosten

notwendig machen. Gleichzeitig eröffnen sich dadurch grössere Chancen neue Mitglieder aufgrund von Empfehlungen zu generieren sowie auf der Basis einer grösseren Kundenkenntnis nutzenorientiertes Cross-Selling zu betreiben (vgl. R. Kühn/P. Pfäffli, 2014). Eine langjährige Kundenbindung ist für jedes Fitnessunternehmen anzustreben, doch was sind die Faktoren, welche die Zufriedenheit meiner Kunden beeinflussen?

Die Entwicklung der Kundenzufriedenheit

Kunden haben eine persönliche Erwartungshaltung an eine immaterielle Dienstleistung. Und je besser ein Fitnessunternehmen mit seiner Dienstleistung «Fitnesstraining» die Erwartungshaltung erfüllt, umso zufriedener sind die Kunden. Leider ist dies nicht ganz so einfach, denn meine Dienstleistung «Fitnesstraining» ist ein Prozess, den der Kunde in meinem Fitnesscen-

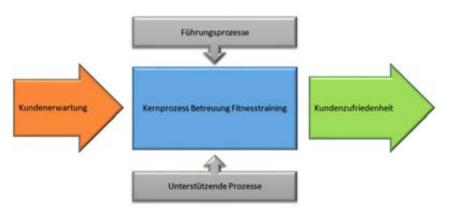


Abbildung 1: Einfluss von Prozessen auf die Kundenzufriedenheit

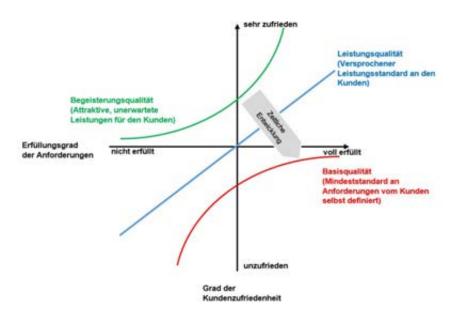


Abbildung 2: Das KANO-Modell

ter durchläuft und dieser kann durch andere Faktoren gestört werden.

Gemäss ISO DIN EN 9000:2015 ist ein Prozess ein «Satz zusammenhängender oder sich gegenseitig beeinflussender Tätigkeiten, der Eingaben zum Erzielen eines vorgesehenen Ergebnisses verwendet». Das heisst nichts anderes, als dass der Prozess Fitnesstraining eine geregelte Tätigkeit ist und von weiteren Prozessen positiv wie negativ beeinflusst wird, die eine Verbindung zu dieser Tätigkeit haben (vgl. Abbildung 1).

Bei Prozessen wird zwischen Führungs-, Kern- und unterstützenden Prozessen unterschieden. Kernprozesse sind dabei diejenigen, mit dem

direkten Kontakt zum Kunden und sollten die strategisch wichtigsten Prozesse sein. Sie sind wertschöpfend sowohl für den Kunden als auch das Unternehmen selbst. Hier gilt es eine stringente Kundenorientierung aufzubauen (vgl. H.-D. Zollondz et.al., 2016). Kernprozesse sind schwer ersetzbar. Unterstützende Prozesse sind notwendige Tätigkeiten, welche den Kernprozess Fitnesstraining unterstützen und dessen reibungslosen Ablauf absichern. Ein klassisch, unterstützender Prozess für ein Fitnesscenter ist die Wartung und Instandhaltung der Fitnessgeräte. Auch Führungsprozesse unterstützen den Kernprozess und wirken deshalb nach innen. Das Personalmanagement oder die Vermarktung des Centers sind Beispiele für Führungsprozesse.

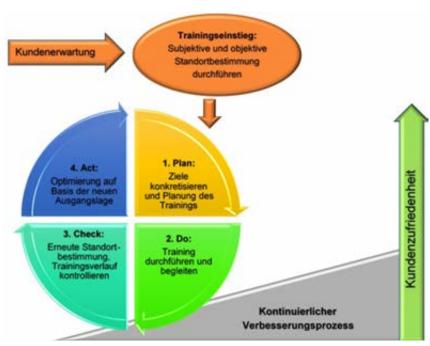


Abbildung 3: Der Regelkreis des Trainings als KVP

Der Grad der Zufriedenheit meiner Kunden, also das Ergebnis aus dem Prozess Betreuung Fitnesstraining, kann dennoch unterschiedlich ausfallen. Das KANO-Modell (vgl. D. Marx, 2014) vermittelt dabei sehr gut den Zusammenhang zwischen dem Erfüllungsgrad einer Dienstleistung und dem Grad der Kundenzufriedenheit (vgl. Abbildung 2).

Erfüllt ein Fitnesscenter sein Leistungsversprechen an seine Kunden, so hat das Unternehmen seine Leistungsqualität erfüllt. Also jede ausgesprochene Erwartung, sei es durch Werbemassnahmen, die Clubphilosophie oder auch jegliche Äusserungen zum Angebot durch Mitarbeiter, prägen die Leistungsqualität meiner Dienstleistung Fitnesstraining. Die Grundqualität bezieht sich auf unausgesprochene Anforderungen und somit typische und nicht unbedingt sichtbare Eigenschaften meiner Dienstleistung. Wird diese Grundqualität aber nicht erfüllt, so sinkt die Zufriedenheit der Kunden, auch wenn ich mein Leistungsversprechen Fitnesstraining erfüllt habe. Saubere Garderoben und Trainingsräume, eine gute Raumtemperatur oder auch funktionierende Fitnessgeräte sind typische Beispiele für eine gute Grundqualität, welche die Leistung des Kernprozesses Fitnesstraining unterstützen. Das Erfüllen der Basisqualität stellt meine Kunden also noch nicht zufrieden. Wenn ich sie aber nicht erfülle, sind sie schneller unzufrieden. Positive Überraschungen oder Kundenfreuden sind meist unausgesprochen, werden vom Kunden weniger erwartet und sind somit attraktiv. Sie haben einen überproportionalen Einfluss auf die Kundenzufriedenheit und können die Kunden stark für das eigene Unternehmen begeistern. Solche Massnahmen haben also einen grossen Einfluss auf die Begeisterungsqualität für ein Unternehmen und sollten strategisch geschickt eingesetzt werden. Belohnungssysteme, z. B. Gutschrift für neu geworbene Mitglieder oder ein Gratis-Shake beim Optimierungstermin, können mit der Zeit ihre Begeisterungsqualität verlieren, wenn sie als standardisiertes Instrument im Unternehmen implementiert werden. Dadurch wird dieses automatisierte Belohnungssystem ein Bestandteil der Leistungsqualität und steigert die Kundenzufriedenheit nicht weiter.



Dies gilt auch für die versprochene Leistungsqualität. Sie wird im Lauf der Zeit ihre Wirkung verlieren, was bedeutet, dass für eine langfristige Kundenbindung der Trainingsprozess kontinuierlich verbessert werden sollte.

Der kontinuierliche Verbesserungsprozess

Das Prinzip der kontinuierlichen Verbesserung (KVP) geht auf die Organisationsphilosophie von William Edwards Deming zurück, einem amerikanischen Physiker und Pionier des Qualitätsmanagements, und wird deshalb auch Deming-Zyklus genannt. Dieser Verbesserungsprozess besteht aus den vier essentiellen Arbeitsschritten, die immer wieder in einem regelmässigen Zyklus durchlaufen werden: Plan — Do — Check — Act (vgl. Abbildung 3).

Jede Art von kontinuierlichem, aber unverändertem Fitnesstraining verliert im Verlauf der Zeit ja bekanntermassen seine Wirkung auf den menschlichen Körper. Um die Reizwirkung zu erhalten, muss der Zyklus Fitnesstraining kontinuierlich angepasst bzw. verbessert werden.

Für eine optimale Prozessqualität wird also idealerweise das Betreuungskonzept Training nicht nur an eine Zielgruppe, sondern auch an ihre jeweilige Leistungsstufe angepasst und Belohnungssysteme entwickelt, um die Leistungs- aber auch die Begeisterungsqualität für den Kernprozess zu erhalten.

Fazit

Das Bewusstsein für das eigene Kerngeschäft und dessen Auswirkungen auf die Kundenzufriedenheit und somit das Kundenbindungspotential ist essentiell für jedes Dienstleistungsunternehmen. Denn nach A. Donabedian, Arzt und Entwickler einer Qualitätsstudie für das Gesundheitswesen (1980), führt eine gute Strukturqualität (z.B. Unternehmensleitbild) kombiniert mit einer guten Prozessqualität (z.B. Betreuung des Fitnesstrainings) zu einer guten Ergebnisqualität (z.B. Kundenzufriedenheit). Moderne Qualitätsmanagementsysteme berücksichtigen diese Zusammenhänge und weisen demnach folgende Elemente auf:

- Kundenorientierung
- Bedeutung der Managementebene
- Mitarbeiterorientierung
- Ressourcenmanagement
- Prozessorientierung
- Prozess der kontinuierlichen Verbesserung KVP

Quellennachweise

- Das Kano-Modell der Kundenzufriedenheit: Ein Modell zur Analyse von Kundenwünschen in der Praxis. Dominic Marx, 2014, Igel Verlag.
- Der kontinuierliche Verbesserungsprozess (KVP) — Konzept — System — Massnahmen. Jürgen Witt, Thomas Witt, 2015, 5. Aufl., Windmühle Verlag.
- Lexikon Qualitätsmanagement: Handbuch des modernen Managements auf der Basis des Qualitätsmanagements.
 Hans-Dieter Zollondz, Michael Ketting,

- Raimund Pfundter (Hrsg.), 2016, 2. Aufl., Carl Hanser Verlag.
- Marketing Analyse und Strategie.
 Richard Kühn, Patrick Pfäffli, 14. Aufl.,
 2012, Werd Verlag.
- Qualitätsmanagementsysteme Grundlagen und Begriffe. DIN EN ISO 9000:2015; Deutsche und Englische Fassung EN ISO 9000:2015.
- The Definition of Quality and Approaches to ist Assessment, Explorations in Quality Assenssment and Monitoring. Avedis Donabedian, 1980, Band 1, Health Administration Press



Eva Akamphuber

Eva Akamphuber, Dipl. Sportlehrerin für Rehabilitations- und Präventionssport (Universität des Saarlandes) und Qualitätsmanagerin (TÜV Süd), ist für die Swiss Prävensana Akademie als Fachbereichsleiterin Fitness und Gesundheitsförderung und Dozentin tätig. Ihre Berufserfahrung erstreckt sich über den Aufbau und Zertifizierung von Qualitätsmanagementsystemen nach DIN EN ISO 9000 und 9001 bis hin zu Akkreditierungen von Ausbildungen im Gesundheitswesen.

www.swisspraevensana.ch



Fachschule für Gesundheitsberufe

Dein Weg zum Traumberuf!

Dein kompetenter Partner für Gesundheitsberufe im Bereich Fitness, Ernährungsberatung, Medizinische Massage, Psychosoziales und Naturheilkunde.

"Dort wo Gesundheit Schule macht!"

Deine berufliche Zukunft als:

- dipl. Fitnessinstruktor/in
- dipl. Fitnesstrainer/in mit SVBO Branchenzertifikat
- dipl. Medizinischer Fitnessinstruktor/in
- dipl. Personaltrainer/in
- Spezialist f
 ür Bewegung- und Gesundheitsf
 örderung
- mit Eidgenössischem Fachausweis
- dipl. Ernährungsberater/in
- dipl. Ernährungstherapeut/in
- dipl. Gesundheitsmasseur/in
- dipl. Berufsmasseur/in
- dipl. Medizinischer Masseur/in mit Eidgenössischem Fachausweis
- dipl. Mentaltrainer/in
- dipl. psychosozialer Berater/in mit Eidgenössischem Diplom
- dipl. Naturheilpraktiker/in mit Eidgenössischem Diplom

Viele Berufe mit Krankenkassenanerkennung!



Standort Zürich Vulkanstrasse 120 8048 Zürich 044 211 65 65 Standort Bern Laupenstrasse 35 3008 Bern 031 332 75 75 Standort Chur Gürtelstrasse 20 7000 Chur 081 630 85 85









BSA-Akademie – Ihr Partner für Weiterbildung Mitarbeiter nebenberuflich qualifizieren





Für Unternehmen, die ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gezielt nebenberuflich weiterbilden oder Quereinsteigenden den Start in die Fitness- und Gesundheitsbranche erleichtern möchten, bietet die BSA-Akademie über 70 staatlich geprüfte und zugelassene Lehrgänge. Das Lehrgangssystem ist als kombinierter Fernunterricht, bestehend aus Fernlern-

phasen mit kompakten Präsenzphasen aufgebaut. Dadurch haben Lehrgangsteilnehmende viele Vorteile und verfügen über maximale Flexibilität in ihrer Planung. Die Präsenzphasen können sie entweder digital oder an zwei regionalen Lehrgangszentren in Österreich (Wien und Innsbruck) sowie bundesweit in Deutschland absolvieren.

24.06.2021—27.06.2021, Fitnesstrainer/in-B-Lizenz, Wien 01.07.2021—04.07.2021, Ernährungstrainer/in-B-Lizenz, Wien 16.07.2021—18.07.2021, Gesundheitstrainer/in, München

Die BSA-Akademie bietet Lehrgangsinteressierten neben den regelmässig durchgeführten Infoveranstaltungen vor Ort an den mehr als 20 Lehrgangszentren in Deutschland und Österreich auch digitale Infoveranstaltungen sowie jederzeit abrufbare Infovideos an. Interessierte können somit selbst entscheiden, ob sie sich vor Ort oder digital u. a. über das Lehrgangssystem der BSA-Akademie informieren möchten. Die nächsten digitalen Infoveranstaltungen finden u. a. an folgenden Terminen statt:

Sonntag, 13.06.2021, 17:00 Uhr Mittwoch, 30.06.2021, 17:00 Uhr

Weitere Infos zu den Lehrgängen und den Infoveranstaltungen der BSA-Akademie finden Sie unter: www.bsa-akademie.de.

Studium an der DHfPG Top Zusatzqualifikationen und Trainerlizenzen für Studierende

Studierende der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) können sich bereits während ihres Studiums erfolgreich absolvierte Studienmodule als Zusatzlizenzen anrechnen lassen. So sind beispielsweise im Rahmen des dualen Bachelor-Studiengangs Fitnessökonomie elf Trainerlizenzen und kaufmännische Qualifikatio-

nen inklusive (z. B. «Trainer/in für Sportrehabilitation» sowie «Controlling- und Finanzmanager»). Des Weiteren können Studierende während ihres Studiums zahlreiche Zusatzqualifikationen beim Schwesterunternehmen der DHfPG, der BSA-Akademie, erwerben und dadurch zusätzliche Mehrwerte für Betriebe und ihre weitere berufliche Zukunft generieren:



- Für Studierende in physiotherapeutischen Einrichtungen: Im neuen BSA-Workshop «Praxisorganisation in der Physiotherapie» erwerben die Teilnehmenden Fachkenntnisse im Termin-, Rezept- und Patientenmanagement. Weitere Infos unter:

 www.bsa-akademie.de/physiotherapie
- Für Studierende in Betrieben mit Solariumangebot: Die BSA-Qualifikation «Fachkraft UVSV» vermittelt die erforderlichen Fachkompetenzen, um z. B. die in Deutschland gesetzlich vorgeschriebenen Beratungsgespräche zur Nutzung von Solarien fachlich korrekt durchzuführen. Infos zum Lehrgang:

www.bsa-akademie.de/uvsv



Deutsche Hochschule

für Prävention und Gesundheitsmanagement

School for Health Management

 Für Studierende in Betrieben mit EMS-Angebot: Im Fernlehrgang «EMS-Trainer/in» erfahren Teilnehmende, wie sie Ganzkörper-EMS-Trainingsprogramme für Kunden verschiedener Leistungsstufen entwickeln. Der Lehrgang entspricht den Anforderungen der in Deutschland bald geltenden gesetzlich geforderten «Fachkunde EMF». Mehr Infos zum Lehrgang unter: www.bsa-akademie.de/ems • Für Studierende in Dienstleistungsunternehmen: In der Qualifikation «Hygienebeauftragte/r (BSA)» erwerben Teilnehmende in einem Online-Lernmodul die Kompetenzen, um z. B. in Fitness-, EMS- oder Sonnenstudios Hygienekonzepte zu planen, einzuführen und zu überwachen. Infos und Anmeldung unter: www.bsa-akademie.de/hygiene

Studierende können einige der genannten Zusatzqualifikationen kostenfrei erwerben. Für weitere Informationen steht der Career Service der DHfPG unter Tel.: +49 681 6855 580 gern zur Verfügung.

Sommersemester an der DHfPG gestartet Jetzt noch für Bachelor- und Master-Studium anmelden





Unternehmen können noch bis zum 30. Juni Studierende zum Sommersemester 2021 am Studienzentrum in Österreich für den B. A. Fitnessökonomie anmelden. Die DHfPG bietet an den neun Studienzentren in Deutschland insgesamt sechs duale Bachelor-Studiengänge wie den B. Sc. Sport-/Gesundheitsinformatik, den B. A. Fitnesstraining und den B. A. Gesundheitsmanagement an. Das duale Studiensystem der DHfPG vereint ein Fernstudium mit kompakten Lehrveranstaltungen — vor Ort oder digital — und eine betriebliche Tätigkeit.

Bachelor-Absolventen, die sich für ein weiterführendes Studium an der DHfPG entscheiden, können sich ab dem 1. Juni für das Sommersemester 2021 für einen der vier Master-Studiengänge der DHfPG in Deutschland anmelden. www.dhfpg.de/anmeldung

Anzeige









COVID-19 – Einnahme von Nahrungsergänzungsmitteln sinnvoll?

Schon seit einigen Jahren besteht der Trend, lieber ein Nahrungsergänzungsmittel zu viel als zu wenig einzunehmen, um gewissen Krankheiten vorzubeugen oder auch den Krankheitsverlauf positiv zu beeinflussen. Auch während der aktuellen Corona-Pandemie lässt dieser Trend nicht nach und viele Nahrungsergänzungsmittelhersteller sehen hier Potenzial. Doch haben Nahrungsergänzungsmittel einen präventiven Nutzen in Bezug auf COVID-19 und führen diese sogar zu einem milderen Krankheitsverlauf?



Derzeit wird in zwei Humanstudien untersucht, ob eine Supplementierung von Niacin (Vitamin B3) einen schweren COVID-19-Verlauf verhindern kann. Eine der beiden ist eine deutsche Interventionsstudie mit 1'300 Probanden. Die andere aus Dänemark testet 100 ältere Personen ab 70 Jahren. Da noch keine der beiden Studien abgeschlossen ist, gibt es keine wissenschaftlichen Belege über einen Nutzen von Niacin bei einer COVID-19-Erkrankung (Hinneburg, 2020).

Zink wird schon seit längerer Zeit zur Stärkung des Immunsystems und somit zur Vorbeugung von Erkrankungen genutzt. Bisher wurde eine Studie veröffentlicht, die die Wirkung von Zink bei der Behandlung von COVID-19 untersuchte. Durch die Ergebnisse dieser Studie ist anzunehmen, dass Zink den Krankheitsverlauf nicht positiv beeinflusst (Kerschner, 2020).

Vitamin C wird ähnlich wie Zink zur Stärkung des Immunsystems eingesetzt und soll ebenfalls zur Vorbeugung von Erkrankungen helfen. Jedoch ist bis dato keine Evidenz für die Wirksamkeit

bei COVID-19 bekannt. Ebenfalls gibt es keine Empfehlung des Robert Koch-Instituts zur Verwendung von Vitamin C zur Therapie von COVID-19 (Robert Koch-Institut [RKI], 2020).

Vitamin D erregt im Kontext der Nahrungsergänzungsmittel am meisten Aufmerksamkeit. Derzeit gibt es Hinweise auf ein erhöhtes Risiko für einen schweren COVID-19-Verlauf bei Vitamin-D-Mangel. Zusätzlich bestehen Hinweise, dass die Intensivpflichtigkeit durch eine Vitamin-D-Substitution reduziert werden kann. Es ist aber noch kein kausaler Zusammenhang bewiesen, dass eine schwere COVID-19-Erkrankung zu einem Vitamin-D-Mangel führt (RKI, 2020).

Anzumerken ist, dass eine Ernährung, die reich an Mikronährstoffen ist, unser **Immunsystem** stärken kann und man sich somit in einer besseren Ausgangslage gegenüber dem Virus befindet. Trotzdem kann dadurch eine Corona-Infektion nicht verhindert werden.

Im Praxisworkshop «Verkauf von Nahrungsergänzungsmitteln» erwerben die Teilnehmenden die Kompetenzen, ein Beratungsgespräch mit einem Kunden auf der Trainingsfläche oder an der Theke im Fitnesscenter zu führen und entsprechende Empfehlungen für Nahrungsergänzungsmittel auszusprechen. www.bsa-akademie.de/nahrungsergaenzung-verkauf

Literaturverzeichnis

- Hinneburg, I. (2020). Mit Vitamin B3 gegen Corona? | Medizin Transparent. Zugriff am 22.02.2021. Verfügbar unter http://www.medizin-transparent.at/ corona-vitamin-b3/
- Kerschner, B. (2020). Zink gegen Corona: kein Hinweis auf Wirksamkeit | Medizin Transparent. Zugriff am 22.02.2021. Verfügbar unter http:// www.medizin-transparent.at/zink-corona/
- Robert Koch-Institut. (2020). Medikamentöse Therapie bei COVID-19 mit Bewertung durch die Fachgruppe COVRIIN am Robert-Koch-Institut. Zugriff am 22.02.2021. Verfügbar unter https://doi.org/10.25646/7743.5



Customer Centricity Den Blick durch die Kundenbrille wagen und nutzen

Begriffe wie «Kundenorientierung», «Targeted Advertising» oder «Touchpoints» sind längst als Schlagworte des Marketings bekannt. Was sich aber dahinter verbirgt und wie die damit verbundenen Potenziale genutzt werden können, wissen leider nur die wenigsten genau. Vor allem aber in der Dienstleistungsbranche sollten Unternehmen einen Blick durch die sogenannte Kundenbrille wagen.



Laut den «Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft 2021» (DSSV, 2021) professionalisiert und differenziert sich der Fitness- und Gesundheitsmarkt immer weiter. Mit dieser Entwicklung gehen für die Betreiber auch zahlreiche Herausforderungen im Rahmen der Kundenbindung einher. Denn Kunde ist nicht gleich Kunde — die Motive, Fitness zu treiben, sind vielfältig.

Kunden nicht zufriedenstellen, sondern begeistern

«Um der Konkurrenz voraus zu sein, müssen Sie den Kunden nicht nur zufriedenstellen, sondern ihn mit Ihrer Leistung begeistern.» (Philip Kotler, Professor für Marketing).

Fitness- und Gesundheitsanlagen stehen durch die grösser werdende Konkurrenz im Markt, die gestiegenen Kundenerwartungen an die Dienstleistung (als solche) und die Trainingsbetreuung sowie die Interaktion zwischen Center und Mitgliedern vor wachsenden Herausforderungen, die ihnen aber gleichzeitig eine Chance zur Differenzierung von Mitbewerbern bieten. Hierbei geht es nicht nur um das reine Leistungsangebot. Dieses ist nämlich vielfach vergleichbar mit den Mitbewerbern. Selbst die Qualität der Dienstleistung Fitness reicht hierbei nicht mehr unbedingt als Alleinstellungsmerkmal aus. Vielmehr geht es um das Gesamtpaket und den individuellen Kundennutzen — in funktionaler wie emotionaler Hinsicht.

Customer Insights gewinnen

Unternehmen müssen die Bedürfnisse der Kunden auf einer zielgruppenspezifischen Ebene identifizieren. Die reine Bereitstellung der Dienstleistung Fitness reicht bei Weitem nicht mehr aus, sondern es geht um die Frage, was der Kunde will, damit die Dienstleistung für ihn ein überzeugendes Gesamtpaket darstellt.

(Potenzielle) Mitglieder eingehend kennenlernen

Center müssen dazu genauer hinschauen — und zwar durch die Brille des Kunden! Fit halten, Krankheitsprävention, soziale Kontakte, Leidenschaft, Lebenseinstellung usw. Die Motivatoren für Fitness sind vielfältig. Beobachten Sie Ihre Mitglieder und potenziellen Neukunden deshalb, fragen Sie nach deren Wünschen, Bedürfnissen und scheren Sie nicht alle Kunden über einen Kamm. Holen Sie sich regelmässig gezielt persönliches Feedback ein — und schrecken Sie auch vor Kritik nicht zurück, sondern nehmen Sie diese als Anlass, sich stetig zu verbessern.



Individualität statt Massenkommunikation

«The aim of marketing is to know and understand the customer so well, the product fits him and sells itself.» (Peter F. Drucker, Ökonom).

Marketing ist längst keine Form der einseitigen Kommunikation mehr, sondern erlaubt die direkte Interaktion mit dem Kunden. Social Media macht es vor: Wie wichtig die Interaktion mit dem Kunden und das Gefühl von Nähe und Präsenz — auch bei Abwesenheit — sind, zeigt sich in der aktuellen Corona-Krise: Die wahrgenommene Nähe des Centers korreliert positiv mit der Zahlungsmoral und Loyalität der Mitglieder. Fitnessdienstleistungen sind eben nicht nur ein einseitiges Leistungsangebot, sondern «leben» auch von gegenseitiger Wertschätzung. Erst diese Beziehung mit den Mitgliedern rundet das Angebot ab, macht es individuell und liefert gleichzeitig auch die nötigen Customer Insights! Deshalb geben Sie dem Kunden die Möglichkeit, auch mit Ihnen zu interagieren, und hören Sie genau hin.

Wie will das Unternehmen wahrgenommen werden?

«Your personal brand is a promise to your clients... a promise of quality, consistency, competency, and reliability.» (Jason Hartman, Unternehmer und Autor).

Obwohl der Begriff des Touchpoints in aller Munde ist, scheint der Grundgedanke aber vielfach noch nicht in den Köpfen aller Verantwortlichen angekommen zu sein: Alles, was ein Unternehmen ist und tut, dient der Kommunikation mit seinen (potenziellen) Kunden. Ein Fitnessanbieter sollte sich deshalb immer im Klaren darüber sein, wie er von seinen (potenziellen) Kunden wahrgenommen werden möchte. Hieran schliesst sich die oben gestellte Frage: Was will ich kommunizieren? Dabei lohnt sich der stetige Blick durch die Brille des Kunden nicht nur, er wird sogar erforderlich, wenn man langfristig am Markt erfolgreich bleiben will.

Fazit

Diese Customer Insights sollten Sie kennen: Hinterfragen Sie immer wieder die eigenen Angebote und blicken Sie gezielt durch die Brille des Kunden. Nur so können Sie in der Praxis auch entsprechende ganzheitliche Kundenerlebnisse bieten. Wenn Sie als Center hier langfristig begeistern wollen, müssen Sie all Ihre Dienstleistungen und Touchpoints — egal, ob «

«analog» oder digital — als umfassenden Gesamtprozess der gegenseitigen Wertschätzung verstehen und innovativ weiterentwickeln. Das Wissen über den einzelnen Kunden ist hierfür die Grundvoraussetzung dieses Wertschätzungsprozesses, aber nicht der zentrale Schlüssel. Es gilt, eben dieses Wissen umzusetzen und in authentische Erlebnisse und Emotionen zu transferieren. Je intensiver und näher Unternehmen an ihren Kunden sind bzw. sich bestmöglich um deren Ziele und Bedürfnisse kümmern, umso eher stechen diese Anlagen auch aus der Masse der Mitbewerber heraus und werden als professionelle und kundenorientierte Gesundheits- und Fitnessdienstleister wahrgenommen.

Auszug aus der Literaturliste

- Bruhn, M. & Hadwich, K. (Hrsg.). (2012). Customer Experience. Forum Dienstleistungsmanagement. Wiesbaden: Springer Gabler.
- DSSV e.V. Arbeitgeberverband Deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (Hrsg.). (2021). Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft 2021. Hamburg: Hrsg.
- Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2018). Marketing 4.0. Der Leitfaden für das Marketing der Zukunft. Frankfurt a.M.: Campus.

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte marketing@dhfpg-bsa.de.



Prof. Dr. Sarah Kobel

Die promovierte Betriebswirtin ist Fachbereichsleitung Forschung und Entwicklung an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) sowie Tutorin und Dozentin an der BSA-Akademie im Bereich Ökonomie. Durch ihre wissenschaftliche Tätigkeit am Institut für Konsumund Verhaltensforschung an der Universität des Saarlandes besitzt sie fundierte Kenntnisse in der Konzeption, Durchführung und Auswertung empirischer Untersuchungen. www.dhfpg-bsa.de



Florian Schmidt

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

www.dhfpg-bsa.de

Sprühflasche ist out!





BESTWIPES

Die BESTWIPES-Benefits in Kürze:

- kostensparend bis zu 30% im Vergleich zur Sprühflasche
- bis zu 70% weniger Müll (spart Entsorgungskosten)
- 800 Tücher pro Rolle, wischfertig vorgetränkt - ready to use
- PH-neutral (sanft zu Haut und Oberflächen)
- sparsames Entnahmesystem 1 Tuch ausreichend für ein Gerät
- gegen Viren (Corona) und Bakterien
- keine gefährlichen Aerosole durch versprühen

Unser aktuelles Kennenlern-Angebot:

1 EDELSTAHL-BOX "ROUND UP"

H 900 mm. Ø 300 mm





8196 Wil ZH - Bahnhofstrasse 47 5400 Baden - Theaterplatz 2 Partner von Optimum11 GmbH Telefon: +41 44 869 05 05 bestellung@rks-gmbh.com www.rks-gmbh.com



Die Innovation

Vorgetränkte Desinfektionstücher Die reissfesten und saugfähigen Vliestücher 40Gr. sind verpackt und bereits in ausreichender Menge mit Desinfektionslösung (Anti-Bacterial-Kills) getränkt. Unser Desinfektionsmittel ist auf alkylamin Basis und sind gegen Bakterizid und Viruzid eingestellt, sprich auch gegen Corona. Das standardmässige Anmischen von Desinfektionsmittel entfällt somit.

Dermatologisch getestet

Trotz des breiten Wirkungsspektrums und der hohen Reinigungsleistung sind unsere Desinfektionstücher bewiesenermassen (dermatologisch getestet) mild zur Haut und verträglich für jeden Anwender.

Für alle Fälle und alle Flächen

BESTWIPES eignen sich für alle Oberflächen – für die schnelle Desinfektion, wann immer sie benötigt wird und erzielt im Vergleich zu ähnlichen Produkten eine bessere Desinfektionsleistung bei geringeren Anschaffungskosten.

Bis zu 30% Kosteneinsparung

Durch eine speziell entwickelte Abreissmembrane wird nur ein Tuch herausgegeben. Das bedeutet weniger Müll, geringere Entsorgungskosten und der Abfalleimer muss seltener geleert werden, denn nur ein Tuch ist ausreichend für ein Gerät. BESTWIPES halten mindestens 3 Mal so lange wie herkömmliche Papierrollen. Das spart Zeit, Material und Geld.









Studie – Die Schweizer Fitness-Wirtschaft per Juni 2021



Die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement mit Sitz in Saarbrücken (D) und Zürich führt gemeinsam mit der IG Fitness vom 4. bis einschliesslich 18. Juni 2021 eine Umfrage durch, um den Schweizer Fitnessmarkt zu beleuchten. Die Ergebnisse sollen der Fitnessbranche, aber auch Interessierten ausserhalb der Branche, einen umfassenden Überblick über die aktuellen Entwicklungen insgesamt sowie vor dem Hintergrund der Corona-Krise liefern.

Ziel der Umfrage ist es hierbei, dem Fitnessmarkt in der Schweiz ein Mehr an Transparenz zu verleihen: Wie sind die Center hinsichtlich Grösse und Positionierung im Schweizer Fitnessmarkt strukturiert? Welche Rolle spielen welche Angebote im Leistungsportfolio der Center? Wie verhält sich das Nutzungsverhalten der Mitglieder?

Neben dieser verbesserten Markttransparenz soll eine stärkere Akzeptanz der Branche in dem Sinne geschaffen werden, dass sie in der Öffentlichkeit nicht länger als blosse Freizeitbranche, sondern als bedeutsame Gesundheitsdienstleistungsbranche wahrgenommen und anerkannt wird. Schliesslich sollen Einflüsse der Corona-Krise auf die Schweizer Fitnessbranche aufgezeigt werden. Beleuchtet werden soll hierbei auch der Re-Start mit dem Ziel, Verbesserungs- und Erfolgspotenziale zu identifizieren.

Helfen Sie durch Ihre Teilnahme mit, die «Visitenkarte» der Branche zu gestalten und die Fitnessbranche weiter als Zukunftsbranche sichtbar zu machen. Nur dann, wenn die entsprechenden Daten vorhanden sind, können auch die notwendigen Erkenntnisse gewonnen werden, um Erfolgsfaktoren aus dieser Krise zu ziehen und die Branche insgesamt weiter zu stärken.

Die Teilnahme an der Umfrage wird in etwa 7 bis 8 Minuten Zeit in Anspruch nehmen. Ihre Daten werden anonymisiert verarbeitet. Unter folgendem Link können Sie an der Umfrage teilnehmen, oder — noch einfacher — Sie scannen den QR-Code:



www.dhfpg.ch/survey-2021



Enquête - L'industrie suisse du fitness à partir de juin 2021



L'Université allemande de prévention et de gestion de la santé (DHfPG), basée à Sarrebruck (D) et à Zurich, réalise, en collaboration avec IG Fitness Schweiz, une enquête du **4 au 18 juin 2021 inclus** pour faire la lumière sur le marché suisse du fitness. Les résultats sont destinés à fournir au secteur du fitness, ainsi qu'aux parties intéressées en dehors du secteur, une vue d'ensemble complète des développements actuels dans leur ensemble et des effets de la pandémie COVID 19.

L'objectif de cette enquête est d'offrir une plus grande transparence au marché du fitness en Suisse : Comment les centres sont-ils structurés en termes de taille et de positionnement sur le marché suisse du fitness ? Quel rôle jouent ces offres dans le portefeuille de services des centres ? Quel est le comportement d'utilisation des membres?

En plus de cette amélioration de la transparence du marché, l'objectif est de créer une plus grande acceptation de l'industrie afin qu'elle ne soit plus perçue et reconnue par le public comme une "industrie des loisirs" mais comme une importante industrie des services de santé.

Enfin, les influences de la pandémie de COVID 19 sur l'industrie suisse du fitness seront mises en évidence. Le redémarrage sera également examiné dans le but d'identifier le potentiel d'amélioration et de réussite. En participant, vous pouvez contribuer à façonner la "carte de visite" du secteur et à mieux faire connaître le secteur du fitness en tant que secteur d'avenir qui contribue de manière significative à la promotion de la santé de la population suisse. Ce n'est que lorsque les données pertinentes seront disponibles que l'on pourra tirer les enseignements nécessaires de cette crise et déterminer les facteurs de réussite du secteur afin de le renforcer globalement.

La participation à l'enquête prendra environ 7 à 8 minutes. Vos données seront traitées de manière anonyme. Pour participer à l'enquête, veuillez cliquer ici:



www.dhfpg.ch/survey-2021

Sondaggio - L'industria svizzera del fitness a giugno 2021



L'Università tedesca di prevenzione e gestione della salute (DHfPG), con sede a Saarbrücken (D) e Zurigo, insieme a IG Fitness Svizzera, sta conducendo un sondaggio dal 4 al 18 giugno 2021 compreso, per far luce sul mercato svizzero del fitness. I risultati sono destinati a fornire all'industria del fitness, così come alle parti interessate al di fuori del settore, una panoramica generale completa degli sviluppi attuali e degli effetti della pandemia COVID 19.

L'obiettivo del sondaggio è quello di fornire al mercato del fitness in Svizzera una maggiore trasparenza: Come sono strutturati i centri in termini di dimensioni e posizionamento nel mercato svizzero del fitness? Che ruolo hanno le offerte nel portafoglio di servizi dei centri? Qual è il comportamento d'uso dei membri?

Oltre a questa migliore trasparenza del mercato, l'obiettivo è quello di creare una maggiore accettazione dell'industria in modo che non sia più percepita e riconosciuta dal pubblico come una "industria del tempo libero" ma come un'importante industria di servizi sanitari.

Infine, saranno evidenziate le influenze della pandemia COVID 19 sull'industria svizzera del fitness. Anche la ripartenza sarà esaminata allo scopo di identificare il potenziale di miglioramento e di successo.

Partecipando, potete contribuire a formare il "biglietto da visita" dell'industria e ad aumentare ulteriormente il profilo dell'industria del fitness come un'industria del futuro che contribuisce in modo significativo alla promozione della salute della popolazione svizzera. Solo quando i dati pertinenti saranno disponibili, si potranno ottenere gli approfondimenti necessari per trarre lezioni da questa crisi e per identificare i fattori di successo per l'industria al fine di rafforzarla nel suo complesso.

La partecipazione al sondaggio richiederà circa 7-8 minuti. I suoi dati saranno trattati in modo anonimo. Per partecipare al sondaggio, clicca qui:



www.dhfpg.ch/survey-2021

Fette, Kohlenhydrate, Proteine und Vitamine Mit der richtigen Ernährung zu einem starken Immunsystem

Unzählige schädliche Mikroorganismen sind Teil unseres täglichen Lebens. Aus diesem Grund arbeitet unsere Immunabwehr unermüdlich und hocheffektiv, um unseren Körper vor dieser «Bedrohung» zu schützen. Das ist eine gigantische Leistung! Mit einer ausgewogenen Ernährung und der richtigen Lebensmittelauswahl fördern wir unsere Gesundheit und wir können direkt Einfluss auf die Funktionstüchtigkeit unseres Abwehrsystems nehmen.



Das Überleben des Menschen hängt von seinem Immunsystem ab. Somit ist es enorm wichtig, dieses gesund zu halten und zu stärken, unabhängig von der Jahreszeit. Denn nicht nur bei Infektionen, der Grippe oder ganz aktuell beim Coronavirus (COVID-19), sondern auch bei vielen anderen Krankheiten wie Allergien, Krebs, Arteriosklerose oder chronischen Entzündungen spielt das körpereigene Abwehrsystem eine wichtige Rolle. Wer seine Gesundheit erhalten will, sollte daher alle Möglichkeiten nutzen, seine Abwehrkräfte zu stärken. Ernährung kann einen wesentlichen Beitrag dazu leisten. Allerdings bedeutet immungesundes Essen, nicht nur auf Vitamine und Mineralstoffe zu achten, sondern auch die Makronährstoffe zu berücksichtigen (Reuther, 2019). Generell kann sowohl ein Mangel als auch ein Überangebot an Nahrungsenergie die Effizienz des Abwehrsystems beeinflussen (Müller, 1998).

Mit dem richtigen Fett die Immunabwehr stärken

Eine wesentliche Rolle spielt das Fettsäuremuster der Ernährung, besonders im Hinblick auf mehrfach ungesättigte Fettsäuren (PUFAs = polyunsaturated fatty acids), bei der Immunfunktion (Dayong, Erin, Munyong & Simin, 2018). Während Omega-6-Fettsäuren aus Getreide-, Distel- und Sonnenblumenöl sowie aus tierischen Lebensmitteln (z. B. Fleisch, Eier) die Immunabwehr eher herabsetzen, verbessern Omega-3-Fettsäuren aus fettreichem Fisch bzw. aus Fischöl sowie aus Lein-, Wal-

nuss- und Hanföl die Immunfunktion. Das Verhältnis sollte laut Deutscher Gesellschaft für Ernährung e. V. (DGE) nicht grösser als 5:1 sein (Reuther, 2019). Omega-3-reiche Nüsse und Samen — Empfehlung: 50 Gramm pro Tag (Martin, 2015) — sowie Pflanzenöl und fettreicher Seefisch versorgen den Körper mit dem richtigen Fett für das Immunsystem.

Nicht alle Kohlenhydrate sind schlecht

Die komplette Nährstoffgruppe der Kohlenhydrate sollte nicht «verdammt» werden. Es geht aber darum, die historisch nie zuvor gekannten Mengen an isolierten Kohlenhydraten — konsumiert über Süssigkeiten, Knabbereien, Erfrischungsgetränke, Fertigprodukte, Fast Food und Co. — stark

zu reduzieren (Kast, 2018). Die WHO empfiehlt, nur maximal zehn Prozent der gesamten täglichen Nahrungsenergie mit niedermolekularen Kohlenhydraten zu decken (Leitzmann & Keller, 2013). So führt eine hohe Zufuhr an Mono- und Disacchariden wie Glukose, Fruktose oder Saccharose aus zuckerreichen Lebensmitteln zu einem dauerhaft erhöhten Blutzuckerspiegel, der dann die Entwicklung von Entzündungsprozessen im Körper fördert (Reuther, 2019). Demgegenüber liefern die Polysaccharide, eine weitere Gruppe der Kohlenhydrate, bestimmte Faserstrukturen, die von grosser gesundheitlicher Bedeutung insbesondere für das Immunsystem sind: die Ballaststoffe (engl.: non-digestible polysaccharides). Diese bilden eine sehr komplexe Stoffgruppe mit verschiedensten Eigenschaften und Funktionen im Körper (European Commission, 2016). Vor allem der Darm, sozusagen das «Immunsystem undercover», mit seiner zentralen Rolle in der Abwehr — 70 Prozent der Immunzellen befinden sich im Dünn- und Dickdarm; knapp 80 Prozent aller Abwehrreaktionen starten hier profitiert von einer ballaststoffreichen Ernährung (Schwiertz, 2019). Wünschenswert sind 40 bis 50 Gramm pro Tag, gewonnen aus Gemüse, Hülsenfrüchten, Obst, Kartoffeln und Vollkornprodukten (von Koerber, Männle & Leitzmann, 2004). Dabei sollte die von der DGE vertretene Empfehlung «5 am Tag» mit drei Portionen Gemüse und zwei Portionen Obst besser in «4 plus 1» geändert werden: viermal Gemüse und einmal Obst am Tag (Schwiertz, 2019).

Proteine – für eine funktionsfähige Abwehr

Proteine sind nicht nur für Sportler wichtig. Der Grund ist ganz einfach: Verschiedene Zellen des menschlichen Immunsystems müssen ständig reproduziert werden. Kommt es zu Engpässen in der Proteinzufuhr, wird die Zellerneuerung gestört und die Abwehrkräfte lassen nach (Calder, 2013). Generell bildet somit eine adäquate Versorgung des Körpers mit Aminosäuren die Basis zur Erhaltung einer funktionsfähigen Immunkompetenz, um diesen vor pathogenen Keimen schützen zu können (Baumann, Hagenlocher & Lorenz, 2013). Eine Sonderstellung nehmen darüber hinaus die Aminosäuren Arginin und

Glutamin ein. Arginin beispielsweise verbessert die zelluläre Immunantwort, trägt zur Bildung und Funktionalität von T-Lymphozyten bei und regt die Phagozytose (Vernichtung von Fremdsubstanzen) an (Reuther, 2019). Glutamin trägt zur Synthese von Genbausteinen bei. Daher haben alle Körperzellen, die sich häufig teilen bzw. erneuern, einen hohen Bedarf an Glutamin. Das gilt besonders für die Zellen der Darmwände und die Leukozyten (weisse Blutkörperchen). Auf diese Weise stärkt Glutamin das Immunsystem (Calder, 2013).

Vitamine – der Booster für die Immunabwehr

Vitamine sind zwar essenziell für den Körper, damit dieser gesund bleibt und gut funktioniert, er kann sie aber — mit Ausnahme von Vitamin D - nicht selbst herstellen. Wer also starke Abwehrkräfte haben möchte, isst am besten möglichst oft frische oder selbst zubereitete pflanzliche Nahrungsmittel. Rohes oder schonend gegartes Gemüse und Obst liefern dem Körper wichtige Nährstoffe, die das Immunsystem stärken (Baumann, Hagenlocher & Lorentz, 2013). Vitamine wie C und E sowie die Vitamine des B-Komplexes nehmen dabei relativ unspezifisch, beispielsweise als Antioxidanzien, positiven Einfluss auf das Immunsystem, wohingegen die Vitamine A und D sowie die Spurenelemente Eisen, Selen und Zink das Immunsystem auf einem spezifischeren Weg beeinflussen (Calder, 2013). Gute Eisenlieferanten sind Fleisch, Vollkorngetreide, Hülsenfrüchte und grünes Gemüse. Vitamin D wird mithilfe von UV-B-Strahlen aus dem Sonnenlicht gebildet. Geringe Mengen finden sich in Fettfischen (Reuther, 2019). Die EPIC-Studie (= European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition) hat gezeigt, dass jeder Apfel, jede Kiwi und jede Paprika das Mortalitätsrisiko senken, vorausgesetzt, dass diese Gemüse- und Obstsorten täglich konsumiert werden (Diehm, 2017). Zudem enthalten sind sogenannte sekundäre Pflanzenstoffe. Diese haben in ihren Ursprungspflanzen eine grosse Aufgabe: Schutz vor Krankheiten und Schädlingen. Und genauso wirken sie auch im menschlichen Körper. Wichtig für eine immunstärkende Ernährung ist, dass möglichst bunt und vielfältig gegessen wird, denn grüne, rote und gelbe

Früchte oder Gemüsesorten liefern unterschiedliche sekundäre Pflanzenstoffe (Reuther, 2019).

Fazit

Die meisten Erreger werden von einem stabilen und gesunden Immunsystem unschädlich gemacht. Es lohnt sich also, das Abwehrsystem mit der richtigen Lebensmittelauswahl zu unterstützen. Der tägliche Speiseplan sollte aus reichlich Gemüse, Hülsenfrüchten und etwas Obst bestehen, die den Körper mit den nötigen Vitaminen, Mineralstoffen, Spurenelementen sowie mit sekundären Pflanzenstoffen versorgen. Nüsse, Samen und Fisch liefern zudem wertvolles Protein und sorgen zusammen mit Omega-3-reichen Pflanzenölen für entzündungshemmende Fette. Mageres Fleisch, Eier und Milchprodukte liefern zusätzliches Protein und Vollkornprodukte runden die Lebensmittelauswahl durch Ballaststoffe ab.

Auszug aus der Literaturliste

- Dayong, W., Erin, D. L., Munyong, P. & Simin, N. M. (2018). Nutritional Modulation of Immune Function: Analysis of Evidence, Mechanisms, and Clinical Relevance. Front Immunol, 9, 3160.
- Schwiertz, A. (2019) Der Darm. Immunsystem undercover. UGB forum, 5, 123—126.

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte marketing@dhfpg-bsa.de.



Antje Ruhwedel

Antje Ruhwedel (B. A. Ernährungsberatung, M. A. Prävention und Gesundheitsmanagement) ist selbstständige, zertifizierte Ernährungsberaterin und Inhaberin eines Gesundheitscenters. Sie ist als Dozentin für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und die BSA-Akademie sowie als Referentin für verschiedene Krankenkassen und Kliniken tätig.

www.dhfpg-bsa.de

Schreiben Sie sich auf der Gewinner-Liste ein!

Wollen Sie zu den Gewinnern gehören? Und auch aus Ihren Kunden Gewinner machen? Wir haben Ihnen einen Vorschlag, wie Sie das schaffen können.



Mit einer guten Gesundheit gehört man doch zu den Gewinnern — oder nicht? Und was ist wichtig, um die eigene Gesundheit zu fördern und zu unterstützen? Definitiv gehört regelmässige Bewegung und gezieltes Training dazu. Aber auch gesunde Ernährung und eine optimale Abdeckung von Mikronährstoffen.

Ist eine solche Abdeckung durch die täglichen Nahrungsmittel überhaupt möglich? Die heutigen Nahrungsmittel beinhalten, durch den intensiven Ackerbau und auch durch die (zu) intensive Verarbeitung, nicht mehr so viele Mikronährstoffe wie noch vor einigen Jahrzehnten. Bei unserer täglichen Nahrungsaufnahme wird zudem oft zuwenig auf genügend Obst und Gemüse geachtet. Gleichzeitig ist unser Bedarf an den richtigen Mikronährstoffen oft grösser oder wichtiger geworden: Lebensstil mit mehr Stressfaktoren, weniger Schlaf, mehr Lärm, Medikamenten, usw. Zudem ist für sportaktive Personen, aktive Generation 60+, Raucher, Frauen mit Antibabypille und weitere Personengruppen, eine optimierte Abdeckung an solchen Nährstoffen entscheidend für eine langfristige Gesundheit.

Die Firma Himmelbach aus der Zentralschweiz hat sich genau diesem Thema angenommen und entsprechende Produkte entwickelt. Ein Expertenteam hat die optimalen Mischungen und dies ohne jegliche synthetische Stoffe erarbeitet. Diese rein natürlichen, veganen Produkte

sind in einzigartiger Synergie der Inhaltsstoffe komponiert worden. Für die unterschiedlichen Bedürfnisse wurden gezielte Vital-Pakete zusammengestellt. Diese liefern jeweils die richtige Dosis an Mikronährstoffen als Monatspaket portofrei nach Hause. Die Laufzeit ist unbegrenzt.

Lassen Sie Ihre Kunden zu den Gewinnern zählen! Empfehlen Sie dieses Lösungspaket weiter und helfen Sie bei der «Aufklärungsarbeit». Einfacher Abnehmen, bessere Leistung erzielen, schnellere Regeneration erreichen,

besser und tiefer schlafen, entzündlichen Prozessen entgegenwirken oder einfach vitaler und fitter fühlen. Ein Wundermittel? Nein aber durch eine gezielte, gute und natürliche Abdeckung mit den richtigen Mikronährstoffen können

wir genau diese Dinge erreichen. Ihre Kunden können so die persönlichen Ziele dank Ihnen schneller und einfacher erreichen.

Auch Sie können ganz einfach und schnell zu den Gewinnern zählen: Sie haben vermutlich bereits einen bestehenden Kundenstamm und darüber hinaus eine Anzahl von weiteren Kontaktdaten. Und das ist viel Wert. Für Sie selber, aber auch für Ihre Kunden und Kontakte.

Die Firma Himmelbach bietet Ihnen ein bewährtes Konzept, mit welchem Sie ohne Aufwand Ihre Kunden informieren und vom Vital-Paket überzeugen können. Mit der nötigen «Aufklärung» über den Bedarf und Nutzen von Mikronährstoffen, wird schlussendlich allen geholfen: Das Immunsystem wird gestärkt, Stoffwechselfunktionen verbessert, die Gewichtsreduktion wird dadurch vereinfacht. die sportlichen Ziele können besser erreicht werden und die Regeneration wird gefördert. Somit tun Sie Ihren Kunden etwas Gutes! Und das Beste: Sie profitieren auch selber.

Jeder Ihrer Kontakte der ein Vital-Paket bestellt bringt Ihnen ein Cashback von uns. Das heisst jeden Monat wiederkehrend zahlen wir an Sie 15% vom Einkaufspreis des Vital-Pakets Ihres Kundenkontaktes. So sind Kundenkontakte definitiv noch mehr Wert. Das gibt pro Jahr schnell Mal mehrere Tausend Franken an Cashback-Zahlungen. Ein weiteres Plus ist, dass für Sie kein Risiko, keine Investition und keine Lager- und Zahlungsbewirtschaftung anfällt.



Tun Sie Gutes und profitieren Sie selber davon, dies ohne Verpflichtungen und ohne Risiko. Die ersten 10 Anfragen erhalten 1 Vital-Paket im Wert von 129 Franken geschenkt! Senden Sie uns eine Mail mit dem Stichwort «Ich will Gewinnen» an: info@vital-paket.ch www.vital-paket.ch

Rubin one – Luxuspflege Für DEIN bestes Pferd im Stall



Ich bin mir sicher, ihr kennt jemanden, vielleicht sogar euren Nachbarn, der sein Auto pflegt wie einen rohen Kristall. Früher war ich oft bei meiner Patentante in den Ferien. Sie lebt auf einem Bauernhof im Berner Seeland. Ihr Nachbar, ein kleiner dicker Mann, immer eine Zigarre im Mundwinkel, war so ein Nachbar. Es gab keinen Samstag, wo er nicht an seinem alten Opel, selbstverständlich in der Farbe «Ferrari-Rot», rumgeputzt hat. Das Ritual fing schon morgens in der Früh an.

Schon beim Öffnen des Garagentors strahlte er über alle vier Backen. Dann wurde das Auto vorsichtig herausgefahren. Mit dem Platzieren auf seinem Vorhof dauerte es fast den ganzen Morgen bis der Lichtwinkel stimmte. Danach wurden sorgfältig alle Lederlappen auf einem Gestell ausgebreitet, Wasser in einen Eimer gefüllt und den Schwamm eingeweicht. Die Politur durfte selbstverständlich auch nicht fehlen. Fein säuberlich war nun alles bereit für die wöchentliche Zeremonie. Samstag für Samstag und egal, ob das Auto die letzte Woche in der Garage stand oder nicht. Ich vergesse nie die Worte meiner Patentante, dass er besser mal mit sich eine Luxuspflege machen sollte.

Nun fragt ihr euch sicher, warum schreibt jemand in einer Fachzeitschrift für Fitness eine Autogeschichte? Nach der ganzen Zwangspause, es war in der ersten Woche als wir unsere Kunden wieder empfangen durften, kam mir diese Geschichte wieder in den Sinn und ich fragte mich:

Weshalb pflegt und hegt der Mensch seinen Körper nicht wie sein bestes Pferd im Stall?

Morgens nach dem Erwachen zuerst auf die Bettkante sitzen. Atme einmal oder zweimal richtig tief durch und streck dich wie ein Tiger. Diejenigen die ein Katze zu Hause haben, wissen von was ich erzähle. Steh dann langsam

auf, nicht dass der Kreislauf sich verabschiedet, und begib dich ins Bad. Erster Blick in den Spiegel. Freude zeigen und sein Spiegelbild anlächeln, ob es dir gefällt oder nicht. Ich gebe dir die hundertprozentige Sicherheit dass es zurücklächelt. Wenn alles erledigt ist, nimm ein gesundes Frühstück zu dir. Bereite es mit Liebe zu. Geniesse jeden Bissen und versuche die Nahrung aufzunehmen und nicht zu verschlingen. Du bist nicht auf der Flucht. Klar, dann folgt der Alltag und ich hoffe du kannst einem Job nachgehen. Es kann stressig werden, langweilig, hektisch, lustig, ja das gehört zum Leben. Die einen mehr, die anderen weniger. Bei all dem Homeoffice wäre es sinnvoll vielleicht die Mittagspause mal nach draussen zu verlegen. Gehe spazieren. Atme Sauerstoff ein. Geniesse das Sonnenlicht. Es ist der Taktgeber unseres Stoffwechsels und nimm mit deinen Augen all die Farben auf, die dir die Natur zeigt. Versuche mal herauszuhören, wie viele Vogelstimmen du hörst. Und wie viele hast du gezählt? Baue dies in Zukunft regelmässig ein. Regelmässigkeit ist das Schlüsselwort.

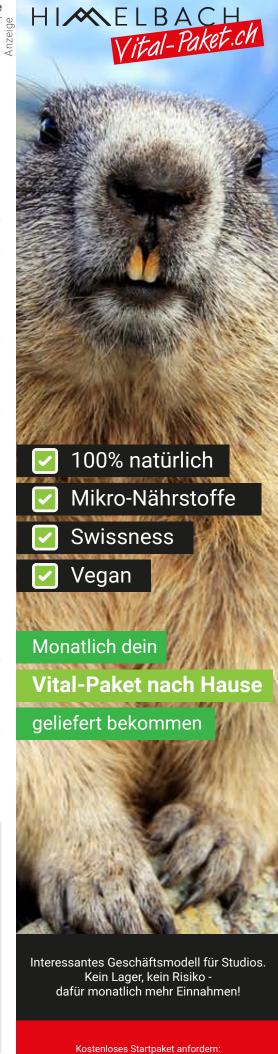
Gib deinem Körper äusserlich, wie auch innerlich, das was er braucht und er verdient hat. Vergiss nie, ein Auto fährt auch nicht ohne Benzin. Wenn du jedoch ein Dieselauto mit Benzin tankst, gibt es ein Desaster. Also Vorsicht bei der Auswahl der Lebensmittel. Vernachlässige nie deine Bewegung. Es entstehen Standschäden, wie beim Auto und wer rastet, der rostet. Wortwörtlich, es gibt Gelenke, die hören sich schlimmer an als eine alte Autotüre und da meine ich nicht nur die ältere Generation.

Erhalte DEINEN Rubin one, er ist und bleibt dein EINZIGES Pferd im Stall.



Priska Hasler

www.bt-coaching.ch www.STOFFWECHSELKURschweiz.ch priska.hasler@bt-coaching.ch



info@vital-paket.ch

Leistungssteigerung durch Protein Das «anabole Fenster» – existiert es wirklich?

Das sogenannte anabole Fenster stellt einen bestimmten Zeitraum direkt nach dem Training dar. Dieser soll die effektivste Phase sein, um Protein zuzuführen und optimale Erfolge zu erzielen. Doch ist das anabole Fenster wirklich der wichtigste Zeitraum für die Proteinzufuhr und spielt die Menge und Art der Proteine auch eine Rolle?



Sportler befassen sich mit zunehmender Trainingserfahrung und Motivation mit Fragen zum Thema Mahlzeiten und Nährstoff-Timing rund um die Trainingseinheiten. Manche behaupten, der Zeitpunkt der Proteinzufuhr, sogar einzelner Aminosäuren, sei entscheidender als die Tagesgesamtzufuhr. Die sogenannte Post-Workout-Mahlzeit stelle dabei die wichtigste Mahlzeit dar. Dieser Zeitraum nach dem Training wird als «anaboles Fenster» bezeichnet, in dem Sportler eine vor allem proteinreiche Mahlzeit zu sich nehmen sollten. In der Theorie klingt das durchaus sinnvoll, denn der trainingsbedingte katabole Zustand (Abbaustoffwechsel) könnte so unterbunden, beschädigte Strukturen und Muskelgewebe schneller regeneriert und die Energiespeicher (Glykogen) zügig wieder aufgefüllt werden. Insgesamt stellt sich der Organismus durch das Nährstoffsignal auf regenerierende und aufbauende Stoffwechselprozesse um, sodass er für die nächste Trainingseinheit besser gerüstet ist.

Daraus ergeben sich weitere Fragen: Befindet sich der Körper durch das Training tatsächlich in einem katabolen Zustand? Oder sind noch genug Nährstoffe im Blutkreislauf, in den Gewebespeichern oder sogar — noch nicht aufgenommen — im Magen-Darm-Trakt vorhanden? Wie lange ist das «anabole Fenster» geöffnet? Und ist bei einer späteren Nährstoffzufuhr das Training umsonst gewesen?

Auf- und Abbau von Muskelprotein

In unserem Körper ist ein ständiger und gleichzeitiger Auf- und Abbau von Proteinen im Gange. Dieser Prozess findet grösstenteils in der Skelettmuskulatur statt. Hier werden etwa 80 Prozent der Aminosäuren aus dem Proteinabbau zum Aufbau neuer Proteine wiederverwendet. Das Verhältnis zwischen Muskelproteinaufbau (MPS; engl.: muscle protein synthesis) und Muskelproteinabbau (MPB; engl.: muscle protein breakdown) wird als «net protein balance» bezeichnet. Für den Muskelaufbau sollte das Verhältnis entsprechend positiv sein.

Bei Untrainierten kann allein das Krafttraining zu einer Verdopplung der Muskelproteinsynthese führen. Jedoch wird dieser Effekt durch einen erhöhten Abbau im Nüchternzustand reduziert (Kumar et al., 2009). Um die «net protein balance» positiv zu beeinflussen, muss also ein passendes Nährstoffsignal folgen, das den Trainingsreiz unterstützt. Der Einfluss von Aminosäuren speziell auf den Muskelproteinabbau ist vernachlässigbar und kommt vielmehr durch eine Begünstigung der Muskelproteinsynthese

zum Tragen (Glynn et al., 2010). Die Überlegenheit von Aminosäuren bzw. Proteinen gegenüber der alleinigen Gabe von Kohlenhydraten scheint hierbei gegeben zu sein (Koopman et al., 2007; Staples et al., 2011). Insbesondere wird die Muskelproteinsynthese nach dem Training durch das Vorhandensein von essenziellen Aminosäuren im Blut begünstigt (Biolo et al., 1997; Glynn et al., 2010).

Für die Praxis lässt sich daraus ableiten, dass Proteine mit einer hohen biologischen Wertigkeit, z. B. aus Ei, Fleisch, Fisch, Milch oder Molkenprotein (Whey), die einen hohen Anteil essenzieller Aminosäuren aufweisen, optimal geeignet sind. Auch verschiedene pflanzliche Proteinquellen, wie z. B. Soja, weisse Bohnen, Linsen oder Nüsse (bedingt), können durch die Kombination mit anderen pflanzlichen Quellen eine hohe Wertigkeit erzielen.

Das Auffüllen der Glykogenspeicher nach dem Training gilt als ein wichtiger Einflussfaktor zur Einleitung regenerativer Prozesse. Der Glykogenstatus an sich ist eine entscheidende Grösse, wenn es um die Leistungsfähigkeit im Training geht. Eine (vollständige) Wiederauffüllung der Glykogenspeicher vor dem Krafttraining kann einen positiven bzw. protektiven Einfluss auf die

Leistungsfähigkeit im Training haben und somit die Anpassungen ebenfalls positiv beeinflussen. Weiterhin sollte bei mehreren sportlichen Belastungen am Tag auf eine ausreichende Wiederauffüllung der Glykogenspeicher zwischen den Einheiten geachtet werden (Aragon & Schoenfeld, 2013). In diesem Zusammenhang besteht eine weitverbreitete Ernährungsstrategie darin, eine schnelle und möglichst hohe Insulinausschüttung nach dem Training zu erzeugen, um unter anderem die Verfügbarkeit von Aminosäuren für das Muskelgewebe zu erhöhen. Es ist allerdings fraglich, inwieweit es sinnvoll ist, Insulinspitzen nach der Trainingseinheit zu erzeugen, da ab einer gewissen Insulinkonzentration und bei gleichzeitigem Vorhandensein von Aminosäuren die Aufnahme dieser in die Muskelzellen nicht weiter gesteigert wird und die Stimulation der Muskelproteinsynthese vermutlich ausschliesslich auf den intrazellulären Aminosäuren beruht (Greenhaff et al., 2008; Rennie et al., 2006). Diese Insulinkonzentration wird bereits durch eine übliche gemischte Mahlzeit erreicht. Zudem bleibt sie je nach Mahlzeit über mehrere Stunden erhöht (Capaldo et al., 1999). Eine moderate Insulinausschüttung nach dem Training könnte dennoch von Vorteil sein, um die antikatabolen Effekte auf den Muskelproteinabbau zu nutzen, während gleichzeitig der anabole Effekt durch die Aminosäuren bestehen bleibt.

Wann und wie viel Protein?

Die publizierten Daten sind bezüglich des Zeitpunktes der Zufuhr von Nährstoffen zur Muskelproteinsynthese nicht einheitlich (Aragon & Schoenfeld, 2013). Zu verschieden sind die Ergebnisse, Studiendesigns, Probanden und Methoden, sodass im engeren Sinn Aussagen kaum möglich sind. Was man allerdings sagen kann: Beim Training mit suboptimal gefüllten Energiespeichern bleibt der Muskelproteinabbau erhöht und die Proteinbilanz negativ — trotz einer Erhöhung der Muskelproteinsynthese durch das Training (Kumar et al., 2009).

Eine leicht verdauliche und proteinreiche Mahlzeit ca. ein bis zwei Stunden vor dem Training zu verzehren,
zeigt sich als sinnvoll, da die Trainingsleistung und der Nährstoffstatus
verbessert werden können. Das Ziel
des Muskelaufbaus kann durch eine
längere Fastenperiode mit Krafttraining weniger gut erreicht werden.
Die Pre-Workout-Mahlzeit kann somit
gleichzeitig auch als Post-WorkoutMahlzeit wirken, da die Nährstoffe
durch die Zeit der Verdauung und





Absorption auch noch nach dem Training deutlich erhöht im Blut vorzufinden sind und die Muskelproteinsynthese dauerhaft stimulieren (Tipton et al., 2001). Das «Fenster» ist demnach länger geöffnet und macht eine Post-Workout-Mahlzeit direkt nach dem Training eher optional. Eine proteinbetonte, gemischte Mahlzeit ein bis zwei Stunden später reicht dann aus, um die Regeneration und den anabolen Zustand wieder zu erhöhen bzw. hochzuhalten.

Liegt die letzte Mahlzeit vor dem Training länger als drei bis vier Stunden zurück, empfehlen Aragon und Schoenfeld (2013) nochmals etwa 25 Gramm Protein über eine leicht verdauliche Mahlzeit zuzuführen. Dies kann beispielsweise durch die Zufuhr von ca. 200 Gramm Magerquark, 170 Gramm Tofu, 120 Gramm Putenbrust oder 30 Gramm Molkenproteinpulver erreicht werden. In diesem Zusammenhang wurden auch Untersuchungen bezüglich der Proteinmenge, die eine maximale Stimulation der Muskelproteinsynthese bewirkt, durchgeführt. Die Ergebnisse waren ebenfalls nicht einheitlich, dennoch ist eine Zufuhr zwischen 20 und 40 Gramm Protein als Richtgrösse wahrscheinlich (Moore et al., 2009; Yang et al., 2012). Ältere Personen (Generation 65 plus) sollten sich dabei am oberen Ende des Wertebereichs orientieren, da für sie eine Auslastung der Muskelproteinsynthese erst durch die höhere Proteinmenge festgestellt werden konnte (Yang et al., 2012).

Fazit

Über die Relevanz der schnellen Nährstoffzufuhr nach dem Training entscheiden Zeitpunkt, Menge und Nährstoffgehalt der letzten Mahlzeit(en) vor dem Training. Je nach individueller Trainings- und Mahlzeitenplanung hat entweder die Pre- oder die Post-Workout-Mahlzeit einen entsprechend höheren Stellenwert (Kerksick et al., 2017).

Den Proteinen wird nach dem Krafttraining die grössere Bedeutung zugesprochen. Eine zeitnahe Kohlenhydratzufuhr ist zwar nicht zu vernachlässigen, spielt aber vermehrt eine Rolle für Ausdauersportler. Eine maximale Stimulation der Muskelproteinsynthese kann durch die Zufuhr von hochwertigem Protein in der Menge 0,4 g/kg Körpergewicht oder alternativ zehn Gramm essenzieller Aminosäuren (EAAs) alle drei bis vier Stunden erzielt werden (Kerksick et al., 2017).

An dieser Stelle ist anzumerken, dass eine vollständige Proteinquelle der Supplementierung von (einzelnen) Aminosäuren überlegen ist. Die Zufuhr von 30 bis 40 Gramm Casein (= Milchprotein) vor dem Schlafengehen geht zudem mit einer erhöhten Muskelproteinsynthese und Stoffwechselrate über Nacht einher, ohne dabei die Fettverbrennung nennenswert zu reduzieren (Madzima et al., 2014; Kinsey et al., 2016). Für den ambitionierten Freizeitsportler sollte allerdings in erster Linie das Ziel sein, die tägliche Gesamtproteinzufuhr von 1,4 bis 2,0 g/kg Körpergewicht über

gleichverteilte Mahlzeiten zu erreichen (Jäger et al., 2017).

Auszug aus der Literaturliste

- Aragon, A. A. & Schoenfeld, B. J. (2013):
 Nutrient timing revisited: Is there a post-exercise anabolic window? Journal of the International Society of Sports Nutrition, 10, 5.
- Kerksick, C. M., Arent, S., Schoenfeld,
 B. J., Stout, J. R., Campbell, B., Wilborn,
 C. D. et al. (2017). International society of sports nutrition position stand: nutrient timing. Journal of the International Society of Sports Nutrition, 14, 33.

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte marketing@dhfpg-bsa.de.



Niklas Schwarz

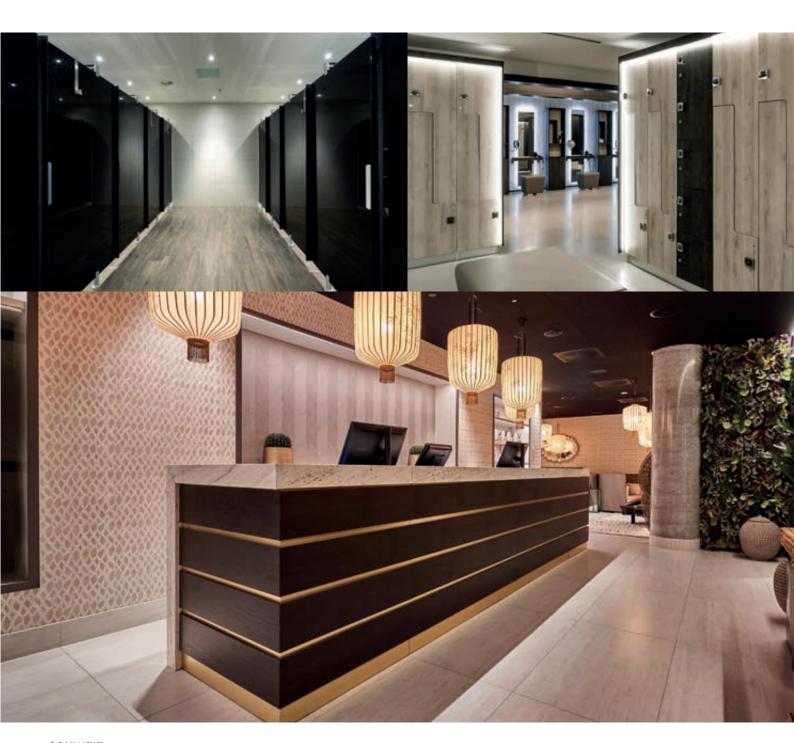
Niklas Schwarz, B. A. Ernährungsberatung, ist als Dozent, Autor und Tutor an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) sowie an der BSA-Akademie im Fachbereich Ernährung tätig. Praktische Erfahrung sammelte er mehrere Jahre als Fitnesstrainer und Ernährungscoach in der Betreuung von Sportlern sowie übergewichtigen Personen.

www.dhfpg-bsa.de











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

fit interiors

Exklusiver Einblick in einen Business Case mit DAVID-Geräten



In unserem letzten exklusiven Webinar sprach der CEO und Gründer von David Health Solutions, Arno Parviainen, über den Paradigmenwechsel in der Physiotherapie und Medizinischen Trainingstherapie. Das Webinar konzentrierte sich darauf, wie die gerätebasierte und datengesteuerte Trainingstherapie das Training verändert. Die gerätegestützte Trainingstherapie bietet Rehabilitationszentren, physiotherapeutischen Einrichtungen und Medical Fitnesscentern die Möglichkeit, die Qualität und Anzahl der Trainingsmassnahmen zu erhöhen. Ausserdem unterstützt die datengesteuerte Technologie Trainer, Therapeuten und Ärzte bei der Erstellung der richtigen Trainingspläne. Es bleiben jedoch Fragen offen: Wie kann damit ein Gewinn erwirtschaftet werden? Wie sieht ein typisches Einsatzszenario aus? Dieser Artikel behandelt einige interessante Punkte aus dem Webinar, die sich mit genau diesen Fragen beschäftigen. Für weitere Informationen sehen Sie sich das vollständige Video an, das am Ende dieser Kolumne verlinkt ist.

Ist die Investition in diese neue Technologie finanziell sinnvoll und rentabel?

Der medizinische Bereich wächst und expandiert ständig mit den neuesten und besten Hightech-Geräten und Technologien für die Gesundheitsversorgung. Dieser Trend ist allerdings in der Welt der physikalischen Therapie, der Rehabilitation und der Medizinischen Fitness noch nicht vollständig angekommen. Hier ist nach wie vor

der Mensch die wesentliche Komponente und das wird auf absehbare Zeit auch so bleiben. Die Technologie hat jedoch die Möglichkeit, diese auf den Menschen ausgerichtete Branche zu unterstützen und weiterzuentwickeln.

Es gibt weltweit unterschiedliche Krankenversicherungs-Systeme, welche die finanzielle Komponente von gerätegestützten Trainingstherapieprogrammen beeinflussen. In der Schweiz zum Beispiel erstatten die Versicherungsträger gerätebasierte Physiotherapieleistungen in einem Verhältnis von 5 zu 1, wobei ein Physiotherapeut fünf Patienten gleichzeitig behandelt.

Dies ist eine Win-win-Situation für Kostenträger und Therapieanbieter, da

es die Kosten für die Versicherungsträger senkt und es den Anbietern ermöglicht, mehr Patienten zu behandeln. Viele Länder ziehen langsam nach und es kann gut sein, dass es in den kommenden Jahren ein gemeinsames globales Protokoll gibt.

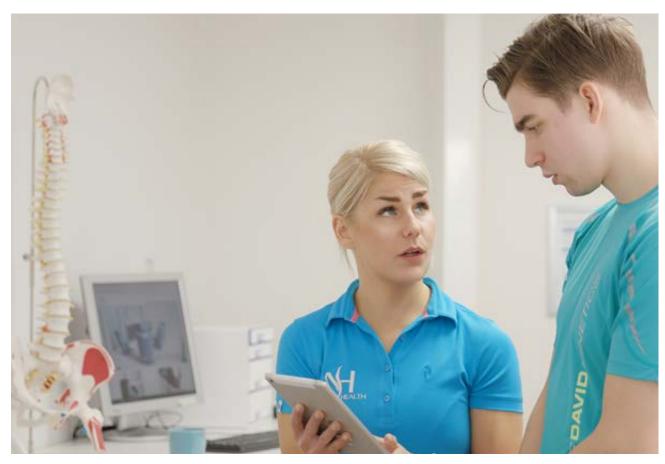
Haben Sie die nötigen Patientenzahlen für einen rentablen Betrieb?

Die Beantwortung dieser Frage ermöglicht eine valide Aussage darüber, ob eine Investition in gerätebasierte und datengesteuerte Trainingstherapie finanziell sinnvoll ist. Das
«Patientenaufkommen» ist ein wichtiger zu berücksichtigender Faktor,
wenn berechnet werden soll, wie viel
Gewinn ein Anbieter erwirtschaften
kann. Die folgende Gleichung bietet
einen ersten wichtigen Einblick hinsichtlich der Kalkulation, ob diese Art
von Modell realisiert werden sollte
oder nicht: (Session price — Session
cost) x Volume = Profit (loss).

Warum macht das insbesondere jetzt Sinn, wo wir uns mitten in einer globalen Pandemie befinden?

Derzeit leiden Physiotherapie-Praxen und medizinische Rehabilitationszentren auf der ganzen Welt unter den obligatorischen Schliessungen und strengen Einschränkungen. Kliniken mussten entweder komplett schliesen oder sich an strenge Massnahmen halten, um sicherzustellen, dass





soziale Distanz und die vorgeschriebenen Hygienevorgaben eingehalten werden. Für viele Therapieanbieter und Zentren bedeutet dies eine grosse finanzielle Belastung.

Die gerätebasierte und datengesteuerte Trainingstherapie ermöglicht es den Einrichtungen, den Betrieb trotz Einschränkungen aufgrund von Covid-19 fortzusetzen. Die gerätegestützte und datengesteuerte Trainingstherapie hat das Potenzial, diese Belastung zu mindern und es den therapeutischen Einrichtungen zu ermöglichen, den Betrieb trotz Einschränkungen weiterzuführen. Der Grund dafür ist, dass dieses Modell automatisch den 1:1 Kontakt zwischen Physiotherapeuten und Patienten umsetzt.

Die Patienten können selbstständig ihr Trainingsprogramm und ihre Übungen an den DAVID-Geräten absolvieren, während über die EVE-Softwareplattform eine parallele Betreuung durch einen The-

rapeuten stattfindet. Das Einhalten von Abstand zu anderen Patienten und das Befolgen von Hygienemassnahmen wie das Tragen einer Maske und/oder von Handschuhen ermöglicht es, dass mehrere Patienten gleichzeitig trainieren können.

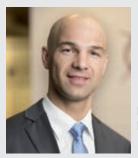
Der Trainer oder Physiotherapeut verfolgt das Geschehen von einem Tablet oder Desktop aus und kann Veränderungen oder Probleme bei der Übungsausführung sofort feststellen und dem Patienten direkt ein Feedback geben. Dies ist deshalb möglich, da alle Daten in Echtzeit verfügbar sind.

Im Wesentlichen hebt die gerätebasierte und datengesteuerte Trainingstherapie die physiotherapeutische Behandlung auf ein neues Level und liefert eine Antwort auf den exponentiell steigenden Bedarf an sicheren und hygienischen sozialen Umgebungen. Zusammen mit sachkundigem Personal transformiert diese Techno-

logie die muskuloskelettale Versorgung.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Über unseren Youtube-Kanal oder den folgenden QR-Code können Sie das im Artikel erwähnte Video ansehen: https://youtu.be/6aECe9ipWAE





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 teil.

(Session price – Session cost) × Volume = Profit (loss)

BranchenTag 2021: «The Big One» – auf zu neuen Ufern!

Der grösste Tagesevent der Fitness- und Gesundheitsbranche der Schweiz findet dieses Jahr wieder traditionell an einem Freitag statt. Am 3. September ist es im Kursaal Bern wieder soweit.

Das Motto «Auf zu neuen Ufern!» könnte in diesem Jahr nicht passender sein. Mit diesem wollen die beiden Verbände ein Zeichen setzen!

Neben den verbandseigenen Mitgliederversammlungen des SFGV und des BGB warten auf die Teilnehmenden wiederum spannende Workshops und Vorträge, welche die Trends und aktuellsten Angebote der gesamten Branche zeigen. Das neu eingeführte Trainerforum für Unternehmer und Fitnessbereichsleiter richtet den Fokus auf die direkte Umsetzung der Theorie in die Praxis.

Auch für die Berufsbildner wird wieder ein Workshop für den Austausch mit Berufskolleginnen und -kollegen durchgeführt. Daneben wird ein explizites Frauenforum angeboten, um den wenigen Frauen in unserer Branche ein spezifisches Unterstützungstool zur Verfügung zu stellen

Das Netzwerk pflegen und zusammen mit den anderen Berufskollegen die Fachmesse besuchen, ist ebenso wichtig wie die Teilnahme an den zahlreichen Vorträgen und Workshops.

Gegen Abend wird im Foyer zum Apéro, begleitet von toller Musik, eingeladen. Anschliessend findet das traditionelle und beliebte Galadinner statt.

Wir hoffen alle, dass die beiden Verbände mit dem BranchenTag das gewünschte Zeichen setzen können und dass der Event wie geplant durchgeführt werden kann. Informationen unter: www.sfgv.ch

Save the Date: Freitag, 3. September 2021





Machen Sie Ihr Center krisensicher mit dem Star der MTT-Branche!

Kompromisslose Biomechanik • Intelligente Technologie • Krisensicher







WIRBELSÄULE



Umfassendes Auswertungsund Behandlungskonzept

SCHULTER



Biomechanisch optimierte Trainingsgeräte + visuelles Biofeedback-System

HÜFTE + KNIE



Uni- und bilaterale Test- und Trainingsmöglichkeiten



Ihr Spezialist für Konzeptentwicklung & Geräteausstattung

Domitner GmbH, Mülistrasse 18, CH-8320 Fehraltorf | Tel: +41 44 72 12 000 | office@domitner.ch

Domitner GmbH, Herrgottwiesgasse 149, A-8055 Graz | Tel: +43 316 27 12 00 | office@domitner.at

Jetzt unverbindlich Markteinführung-Konditionen anfordern!!

Die Familie gesundheitstraining.ch wächst stetig weiter: Neu dabei das Vitalwerk in Heerbrugg

Das Netzwerk gesundheitstraining.ch wächst und umfasst inzwischen bereits 38 Gesundheitscenter. Es ist das Ziel, das grösste überregionale Netzwerk in der Schweiz im Gesundheitsmarkt zu werden. Aus Einzelkämpfern wird eine starke Gruppe mit gemeinsamen Interessen aufgebaut. Neu dabei ist das Vitalwerk in Heerbrugg.



Die Initiatoren des Vitalwerk in Heerbrugg sind Samir Weber (Jahrgang 1997) und Sandro Spirig (Jahrgang 1994). Beide haben als Jungunternehmer in den Jahren 2019/20, erfolgreich zwei unterschiedlich ausgerichtete Fitnesscenter im Raum St. Gallen aufgebaut.

Sandro und Samir kennen sich seit vielen Jahren. Kennengelernt haben sie sich bei ihrer Ausbildung im Fitnessbereich. Zusammen haben sie beschlossen ihr erstes Studio — ein klassisches Fitnessstudio — aufzubauen. Die gemeinsame Zielsetzung lautete, ein Top-Studio auf höchstem Niveau mit modernster Infrastruktur und perfekter Auslastung zu eröffnen.

Die vielen intensiven Stunden der Planung, Konzeption und Umsetzung haben sich gelohnt: Bereits nach wenigen Monaten gehörte das Studio zu den Top-Studios in der Region. Der grosse Erfolg blieb auch bei der Konkurrenz nicht unbemerkt, viele Trainer wollten plötzlich in einem dynamischen Umfeld wie bei Sandro und Samir mitarbeiten und kündigten für eine neue Chance mehrjährige Arbeitsverträge. Um weiter zu wachsen, fiel die Entscheidung zum Verkauf des ersten Studios.

Wie sich herausstellte: zum besten Moment. Das folgende Projekt von Sandro und Samir sollte auf den Performance Bereich ausgelegt werden. Der Schwerpunkt lag dabei auf Mannschafts- und Spitzensport. Und auch mit diesem Studio trafen die beiden Jungs den Nerv der Zeit. Ein einzigartiges Angebot wurde geschaffen, welches es in dieser Form noch nicht gab. 350 Mitgliedschaften innerhalb von sechs Monaten und als die Top-Adresse für Leistungssportler in der Region wurde das Interesse der Investoren schnell geweckt.

In dieser Zeit bauten Sandro und Samir einen engeren Bezug zur Physiotherapie auf und entwickelten daraus das Konzept für Vitalwerk, welches schliesslich im März 2020 fertiggestellt wurde. Ein zweiter wichtiger Aspekt für Vitalwerk, schöpften die beiden aus ihren Familien. Durch diese haben sie erkannt, wie wichtig es ist, bis ins hohe Alter körperlich fit und vital zu bleiben. Ihre Vision ist es, so vielen Menschen wie möglich ein körperlich unbeschwertes Leben bis ins hohe Alter zu ermöglichen.





Vom herkömmlichen Fitnessstudio zum Vitalwerk Gesundheitszentrum

Die beiden setzen ihren Fokus auf Vitalität und Gesundheit. Dem Leistungsund Optimierungswahn herkömmlicher Fitnesscenter kommt im Vitalwerk keine Bedeutung zu. Ein individuell angepasstes physiologisches und gesundes Training hat oberste Priorität. Dafür stehen ihren Kunden modernste Trainingskonzepte und Methoden zur Verfügung und eine Betreuung, die die Möglichkeiten aktueller Technologien nutzt.

Das Gesundheitszentrum legt seinen Fokus im Vergleich zu herkömmlichen Fitnessstudios auf die Prävention von Stoffwechsel-, Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Rücken- und Gelenkbeschwerden. Spezielle Geräte-Zirkel, Muskellängen-Trainingsparcours, Koordinations-Anlagen oder Körperanalyse-Tools unterstützen dabei, die gewünschten Trainingsziele zu erreichen. Das Angebot wird durch eine Ernährungsberatung komplettiert. Im Unterschied zu anderen Studios, legen die Betreiber zudem Wert auf eine hohe Ressourcenoptimierung: maximale Flächenproduktivität durch Spezialisierung auf rund 500 Quadratmeter Gesamtfläche. Das Konzept des Vitalwerks umfasst den optimierten Einsatz von Raum und Personal und legt den Fokus auf einen hohen Servicecharakter für die spezifischen Bedürfnisse von Personen ab 40+.

Personalisierte und elektronisch unterstütztes Training: Dies ist ein Erfolgsungsqualität. Das Gesundheitszentrum spricht dabei vor allem die Menschen an, die nicht in ein traditionelles Fitnessstudio gehen würden.

Digitalisierte Trainingssysteme

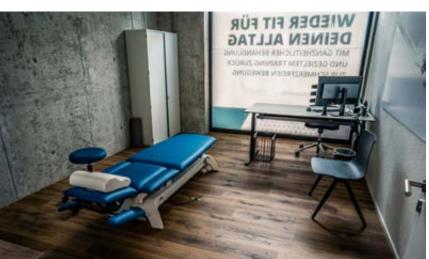
Im Vitalwerk werden einfache, sichere und effektive Trainingssysteme, welche auf die jeweiligen Zielgruppen und deren Bedürfnisse individuell angepasst werden können, angeboten. Voll digitalisierte Trainingssysteme ermöglichen professionelles Arbeiten der Trainer sowie eine lückenlose Dokumentation der Trainingsfortschritte der Kunden.

Vitalwerk-Training

Im Vitalwerk wird bei jedem Training ganzheitlich trainiert und ein hochwertiges Trainingskonzept umgesetzt. Die hochmodernen Geräte ermöglichen aufgrund der Vernetzung eine detaillierte Trainingsanalyse und -betreuung. Bei Kontrollterminen (ca. alle 6 bzw. 12



garant dieses Gesundheitszentrum, dadurch entsteht eine starke Kostenreduzierung in Bezug auf Flächengrösse (Raumkosten), höhere Pro-Kopf-Wertschöpfung und der individuelle Charakter in Bezug auf Gesundheitsservice, Gemeinschaftsgefühl und BetreuWochen) werden die Vitalwerk-Mitglieder anhand von gesundheitsrelevanten Parametern mittels Gesundheitschecks regelmässig gemessen und analysiert. Durch die Digitalisierung des Trainings sowie dem engen Betreuungsstrahl wird der Erfolg durch ein Training sichtund planbar gemacht.



Das Grundkonzept von Vitalwerk wird durch die Nähe zur Physiotherapie erweitert. Die Physiotherapie wird durch die medfit Gruppe von Peter Roth (www.medfit.ch) betrieben. Die enge Zusammenarbeit gewährleistet dem Kunden eine mögliche Prävention von kleinen oder harmloseren Erkrankungen bis hin zu Operationen. Alle Angestellten — egal ob Fitnesstrainer oder Physiotherapeut — profitieren vom Austausch ihres Know-how. Die Kunden profitieren dadurch von einem umfangreichen Dienstleistungsangebot.

www.vitalwerk-training.ch www.gesundheitstraining.ch

79

ERFOLGREICH TRAINIEREN 2021!

Der "Klassiker des Studiotrainings" (Dt. Bibliotheksverband) – Gleichermaßen unterhaltsam wie lehrreich!



DAS BUCH ZU IHREN VORTRÄGEN, VÖLLIG NEU VERFASST UND SPANNEND GESCHRIEBEN WIE EIN KRIMI!

Besuchen Sie die eGym-Masterausbildung, lernen Sie virale Vorträge zu halten und nutzen Sie diesen Klassiker als Buch zu Ihren Vorträgen!



Was nach Corona anders sein wird...

Ist Ihnen schon einmal aufgefallen, dass Pessimisten für intelligenter gehalten werden als Optimisten? «Erstere gelten als kritisch und smart, Letztere als sorglos und naiv» (Spiegel 14, 2021). Letztlich aber taugen beide Sichtweisen nicht viel. Denn: «Wer immer schon weiss, was ungefähr kommt, der nutzt die Gegenwart nicht, um die Voraussetzung für wünschenswerte Entwicklungen zu schaffen.»

Stimmt! Denn. ob zum Schlechten oder zum Guten: Die Welt wird sich nach dem Lockdown weiterdrehen. Und ob es für die Fitnessclubs eine Wendung zum Guten sein wird, dafür stellen sie die Weichen selbst. Die Voraussetzungen könnten nicht besser sein. Denn den Menschen ist gerade durch Corona bewusst geworden, wie trügerisch ihr Gefühl von Sicherheit war. Deshalb steht eine hohe körperliche Widerstandskraft im Augenblick hoch im Kurs. Dennoch wird für die Einzelstudios nach Corona nichts mehr sein, wie es vorher war. Und für die kommenden Umwälzungen am Markt wird Corona rückblickend auch nur ein Katalysator gewesen sein.

Ich durfte Anfang der 90er-Jahre schon einen Umwälzungsprozess in der Branche miterleben. Auch wenn das im Vergleich zu heute noch Veränderungen im kleinen Rahmen waren. Aber schon damals war abzusehen, dass die Fitnessclubs der 80er-Jahre, die den Wandel nicht vollziehen wollten, als die «Ewiggestrigen», die «Muckibuden», auf der Strecke bleiben würden. Heute dagegen sind es die im Augenblick Erfolgreichen, die aufpassen müssen, nicht die Ewiggestrigen von morgen zu sein. Denn der Wandel damals erfolgte noch nicht aufgrund einer bahnbrechenden Innovation. Auch hatten die Clubs der 90er-Jahre kein bahnbrechend neues Produkt. Sie verbesserten lediglich ihre Produktabsatzstrategien. Für einen besseren Absatz distanzierten sie sich sogar von ihren Wurzeln und verkauften statt «Muskeltraining», was am Markt grössere Nachfrage fand: Bewegung, Ernährung und Gesundheit! Aber unabhängig von der Frage, ob das jemals eine kluge Entscheidung war: Wer heute noch an den Strategien von damals festhält, der wird morgen bereits der aus dem letzten Jahrhundert sein.

Die heute anstehenden Umwälzungen am Markt werden viel tiefgreifender sein als zu Beginn der 90er-Jahre. Denn damals beruhten die Veränderungen noch nicht auf einer neuen Technologie. Die Grundlagen für das World Wide Web wurden erst 1989 gelegt. Das Potential, den Fitnessmarkt zu revolutionieren, hatte das Internet damals noch nicht. Heute aber führt das Internet als die bahnbrechend neue Technologie zu einem Paradigmenwechsel. Und was das heisst, ist am «Kondratieff-Konjunkturzyklus» vorherzusehen.

Der «Kondratieff-Zyklus» beschreibt Konjunkturverläufe, die über gleichmässige Zeiträume von 50 bis 60 Jahren in stetigen Kurven erfolgen. Ausgelöst werden die neuen Konjunkturen durch neue Technologien, die enorme Neuinvestitionen nach sich ziehen. «Peloton» ist ein Paradebeispiel dafür. Das Unternehmen hatte seinen Markteintritt in Deutschland 2012. Exakt in einem Zeitraum von 50 bis 60 Jahren also, nachdem im Jahre 1955 die ersten Fitnessstudios auf dem deutschen Markt erschienen. Und in einem Zeitraum von gerade einmal 10 Jahren erwirtschaftete dieses Unternehmen einen immensen Firmenwert, der heute schon grösser ist als der Firmenwert aller Fitnessclubs weltweit.

Die Bedeutsamkeit des Markteintritts von «Peloton» wäre der Branche wahrscheinlich noch viel länger verborgen geblieben. Aber Corona, insbesondere die Diskussion um die «Gartenarbeit», hat den Fitnessclubs die Augen geöffnet. Die Diskussion hat ihnen gezeigt, dass ihr Problem nicht darin liegt, dass Fitness nicht längst die Akzeptanz fände, die sich viele Clubs über die letzten 30 Jahre erhofften. Im Gegenteil: Die Menschen betrachten körperliche Fitness längst als vorrangiges Ziel. Das Problem der Fitnessstudios ist vielmehr, dass bis heute keiner verstanden hat, weshalb man für Fitness und Gesundheit ein Fitnessstudio braucht?

Für «eine gesunde Ernährung und mehr Bewegung» brauche ich kein Fitnessstudio. Deshalb wird die Branche in Zukunft in der Beschreibung ihres Produktes differenzierter auftreten müssen. Es geht im Fitnessclub nicht um Bewegung, es geht auch nicht um Sport, und schon gar nicht um Ernährung. All das sind Massnahmen für die Gesundheit, die auch ohne Fitnessclubs funktionieren. Für Fitnessclubs wird es in Zukunft

nur noch um intensives «Muskeltraining» gehen. Denn im Gegensatz zu umfangbetontem Training braucht intensives Training Sicherheit. Und diese Sicherheit kann den Menschen nur das Training in der Gemeinschaft und an den dafür konzipierten Trainingsgeräten geben.

Den Menschen zuhause muss deutlich werden, dass für ihre Widerstandskraft nicht ein hoher Belastungsumfang — wie man ihn im Ausdauertraining benötigt —, sondern die Intensität in der Belastung entscheidend ist. Darauf müssen sich die Clubs zukünftig konzentrieren — und dafür stehen die Zeiten günstig. Denn überall wird heute darüber berichtet, dass das Krafttraining wichtiger sei als das Ausdauertraining, und dass der Muskel das Erfolgsorgan sei, zu dem alle anderen Organe in Abhängigkeit stehen. Corona hat diese Sichtweise beflügelt. Und das nicht zuletzt dank unserer ständigen Thematisierung innerhalb der Experten Allianz.

Aber nicht nur die Positionierung betreffend werden sich die Clubs neu aufstellen müssen. Auch ihre unwirtschaftliche Form der Dienstleistung ist nicht länger hinnehmbar. Die Branche hatte 1992 versäumt, ihre Dienstleistung auf die Basis eines skalierbaren Geschäftsmodells zu stellen. Das ist zwar 30 Jahre gutgegangen, aber nur, weil es keinen Wettbewerb gab. Es sollte ihr zu denken geben, dass ein Unternehmen wie Peloton, selbst wenn es alle Haushalte in Deutschland mit einem eigenen Fahrrad ausstattet und monatliche Beiträge für die Nutzung kassiert, weder die Kosten einer Fitnessanlage zu tragen hat, noch Heerscharen an Trainern finanziert. Peloton ist in der Lage, alle deutschsprachigen Haushalte mit nur 4 Trainern zu bespielen. Vier Trainer für Millionen Haushalte.



Muskeltraining macht nur im Fitnessclub wirklich Spass

als Unternehmer geschafft, wenn die eigenen Mitglieder den Unternehmer selbst gar nicht mehr kennen. Das mag ja auch stimmen, wenn man mit der Vermietung von Immobilien sein Geld verdient. Da würde ich auch nicht wollen, dass meine Mieter mich als Eigentümer konsultieren. Aber ist diese Idee für einen Fitness-Unternehmer in Zeiten tragbar, in denen seine Mitglieder durch einen Klick mit Arnold Schwarzenegger befreundet sein können? Ist Arnold Schwarzenegger nicht heute für seine Fans greifbarer denn je? Sind nicht Steve Jobs, Elon Musk und Jeff Bezos heute als Personen des öffentlichen Interesses mindestens so bekannt wie ihre Unternehmen? Und hat in der Fitnessbranche der Erfolg von Firmen wie EGYM oder MILON nicht auch ganz entscheidend mit der Community um Menschen wie Mario Görlach zu tun? Ist es also noch zeitgemäss, dass sich der Einzelunternehmer seinen Mitgliedern entzieht? Oder ist nicht das entscheidende Differenzierungskriterium des Einzelunternehmens vor allem anderen doch immer noch der Einzelunternehmer? Ihn in seinem Unternehmen persönlich kennenzulernen, das macht doch das Einzelunternehmen aus.

Angesagt ist, worüber geredet wird. Und natürlich reden die Menschen über die Angebote, die sie nutzen. Nutzt die Masse der Menschen in Zukunft also nicht mehr das Einzelstudio, werden bei all dem Hype um Fitness die Einzelstudios schnell übersehen. Deshalb sollte im Gegensatz zu früher der Einzelunternehmer von allen Fitness-«Influencern» in seinem Umfeld der einflussreichste sein. Überall sollte man ihn kennen und als Experten schätzen. Wenn zum Training eine Meinung gefragt ist, dann sollte es seine sein. Deshalb reicht die Betreuung der Mitglieder im Club heute bei weitem nicht mehr aus. Nur wer seine Community auch ausserhalb seiner eigenen vier Wände pflegt, verliert in seinem Einzugsbereich nicht die Aufmerksamkeit.

Mit meinem neuen Buch werde ich die Fitnessclub-Betreiber bei ihrem Auftritt unterstützen, indem ich das intensive Muskeltraining fokussiere und das Gemeinschaftsgefühl stärke. In meinem letzten Beitrag habe ich als Leseprobe bereits gezeigt, wie ich die Notwendigkeit von Zusatzgewichten argumentiere. Zusatzgewichte sind eines der Alleinstellungsmerkmale des Fitnessstudios, und mein Beispiel der «Liegestütze auf dem Mond» wird den Menschen sicher in Erinnerung bleiben. Aber ich schreibe auch, was ich im Hinblick auf Gewichtsreduzierung vom Joggen halte. Jeder, der mein Buch gelesen hat, wird nachvollziehen können, dass es sich beim Joggen, um abzunehmen, nicht um Training, sondern um eine rein kosmetische Massnahme handelt. «Weniger essen und mehr bewegen» ist Unsinn, und das wird in meinem neuen Buch auch klar. Was den Menschen heute fehlt, ist nicht mehr nur Bewegung, sondern Muskelmasse. Man spricht bereits von einer sarkopenischen Adipositas. Einer Fettleibigkeit, die auf dem Muskelverlust beruht. Und mit Joggen — gerade wenn ich ausserdem noch weniger esse — baue ich die fehlende Muskelmasse nicht wieder auf. Mir selbst fehlt darüber hinaus schon allein für die Motivation mein Fitnessstudio. Warum

Für «eine gesunde Ernährung und mehr Bewegung» brauche ich kein Fitnessstudio

Das Geld, das Peloton auf diese Weise spart, nutzen sie, um den Fitnessclubs durch Werbung-in-der-Prime-Time die Aufmerksamkeit zu entziehen. Um sich von Peloton begeistern zu lassen, brauchen die Leute vom Sofa gar nicht mehr aufzustehen.

Ebenfalls ändern sollte sich die Einstellung des Einzelunternehmers zu seiner Stellung im eigenen Unternehmen. Es scheint ab den 90er-Jahren ein Unternehmerbild entstanden zu sein, dass den Eindruck erweckte, man habe es

Das Potential an Menschen, die körperliche Fitness als erstrebenswert sehen, wächst enorm. Nur konzentriert sich deren Aufmerksamkeit — insbesondere seit Corona — nicht mehr allein auf die Fitnessstudios. Und wenn schon Fitnessstudios im Mittelpunkt stehen, so sind es für die Masse bereits jetzt die Angebote der Billigstudios. Vielleicht werden in Zukunft noch viel mehr Menschen als im Billigstudio zuhause online trainieren. Das heisst: Das Potential wächst, aber inwieweit profitiert das Einzelstudio noch davon?



Andreas und Vera Igelbrink aus der Wellness Oase in Drensteinfurt

ich mich zu Hause zum Training nicht aufraffen kann, beschreibe ich in dem folgenden Auszug aus meinem neuen Buch. Lesen Sie doch mal rein:

Vernunft allein reicht als Trainingsmotivation nicht aus

Nach meinen Recherchen gibt es drei Möglichkeiten, mit denen wir einigermassen zuverlässig vermeiden können — 100 Jahre alt zu werden. Das sind

- Die unvermeidlichen Risiken des Lebens. Rein statistisch treffen sie jeden Dritten.
- Mangelndes Wissen! Manchmal wissen wir einfach nicht um die Gefahren, und...
- 3. Süchte! Das heisst: Wir wissen um die Gefahren, handeln aber wider besseres Wissen, und fügen uns damit selbst Schaden zu.

Zu einem Drittel ist unser Überleben also Glücksache. Deshalb ist es gut, für die Zukunft zu planen, aber die Gedanken an die Zukunft sollten uns nicht die Freude am heutigen Tag verderben. Denn letztlich werden wir langfristig sowieso nur mit Spass an der Sache erfolgreich sein. Und für unsere Trainingsmotivation gilt das in besonderer Weise. Denn wie das ist, wenn man sich zum Training einfach nicht

aufraffen kann, das habe ich während des Lockdowns 2020/21 am eigenen Leibe erfahren. Dabei war ich — bevor die Fitnessclubs schliessen mussten — gerade super in Form. Selbst meinen Handstand aus der Bauchlage schaffte ich noch. Aber dann kam der Lockdown und es dauerte nicht lange, da war all meine Motivation dahin. Zu Hause konnte ich mich einfach nicht aufraffen. Und gute Ratschläge — man brauche doch keinen Fitnessclub, man könne doch auch an der frischen Luft was für seine Gesundheit tun — klangen für mich wie der reinste Hohn. Besonders wenn die «guten Ratschläge» von Leuten kamen, die selbst nichts tun. Wie ist das zu erklären? Warum fällt es so schwer, sich zu Hause zu motivieren?

Erinnern Sie sich bitte noch einmal an mein Saunabeispiel: Um uns vor Alltagsbelastungen

zu schützen, reichen Alltagsbelastungen nicht aus. Nur der extreme Wechsel von Hitze und Kälte, also aus der Sauna ins Tauchbecken und vom Tauchbecken zurück in die Sauna, trainiert unser Immunsystem. Und ausserdem macht in die Sauna zu gehen ja zusätzlich Spass. Und nun schliesst man Ihre Sauna und gibt Ihnen die Empfehlung, sie könnten stattdessen ja auch aus Ihrem warmen Wohnzimmer hinaus in den Regen gehen. Dann fühlt man sich schon ein wenig...

wir schon richtig etwas tun. Denn erst dort, wo es richtig anstrengend wird, hat es den entsprechenden Nutzen und macht ausserdem auch noch Spass. Und bitte glauben Sie nicht, bei Ihnen sei das anders: Das ist bei jedem so!

Warum, das hat Professor Achim Peters bereits im Zusammenhang mit dem Sinn und Unsinn von Diäten erklärt. Unser egoistisches Gehirn bekommt immer, was es will. Und wenn unser Gehirn Zucker möchte, ist das Übergewicht, das für unseren Körper als Konsequenz daraus entsteht, für unser Gehirn nur ein Kollateralschaden. Mit vernünftigen Argumenten ändern wir das nicht. Mit Argumenten finden wir bei unserem Gehirn kein Gehör. Denn unsere Vernunft sagt unserem Gehirn: «Du musst!» Und: «Du musst», das hört unser Gehirn nicht gern. Deshalb ist es egal, ob wir eine Diät durchhalten oder uns mehr bewegen wollen, unser Gehirn wird langfristig nur zustimmen, wenn es Gefallen daran hat. Das heisst: Nur wenn unser Gehirn sagt: «Ich will, dass du zum Training gehst», gehen wir auch hin.

Langfristig wird uns unser Gehirn also nur erlauben, was es gern tut. Diese Erkenntnis haben wir durch Professor Zimmermann. Und anstrengen wird sich unser Gehirn nur gern, wenn es eine Belohnung dafür bekommt. Die Belohnung unseres Gehirns ist eine ausreichend hohe Dosis an Myokinen. Wie also kommt unser Gehirn an eine hohe Dosis Myokine heran?

Mit der Sucht nach Myokinen ist es wie mit anderen Drogen auch: Ob Myokin, Kokain, Nikotin oder Koffein: Wichtig ist, dass die Dosis stimmt! Stellen Sie zum Beispiel einem Alkoholiker — entschuldigen Sie den makabren Vergleich — eine Kiste Radler hin oder eine Flasche Korn. Wonach wird er greifen? Natürlich

Das Potential wächst, aber inwieweit profitiert das Einzelstudio noch davon?

Für das Training unserer Abwehrkräfte reicht, von drinnen nach draussen in den Regen zu gehen, nicht aus. Im Gegenteil: Davon werden wir nur noch eher krank. Es muss schon der Wechsel zwischen den Extremen von Sauna und Tauchbecken sein. Erstens, weil es effektiver ist, und zweitens macht es in der Sauna Spass. Und im Training ist das nicht anders. Für die gewünschte Widerstandskraft unseres Körpers benötigen wir nicht «ein wenig mehr Bewegung», sondern dafür müssen

nach der Flasche Korn. Jemand, der die Sucht nicht kennt, wird das sicher nicht verstehen. Für den ist ein Radler lecker und die Flasche Korn ein Graus. Und so verhält es sich auch mit der Trainingsmotivation. Die Sucht nach Anstrengung stellt sich nur ein, wenn für unser Gehirn eine Sucht entsteht. Und was wir dabei im Fitnessclub mit 100 kg in der Kniebeuge bewirken, das holen wir auch mit einem ganzen Tag spazieren gehen nicht rein. Wir haben demnach nur zwei Möglichkeiten, um an unsere

«Bewegungs-Droge» zu kommen: Das eine ist ein ausreichend hoher Umfang (die Kiste Radler), das andere ist eine hohe Intensität (eine Flasche Korn). Und für den hohen Umfang fehlt den meisten von uns schlicht die Zeit. Für die hohe Intensität aber brauchen wir Sicherheit. Und die Sicherheit beim Bewegen hoher Gewichte, die liefert uns nur das Equipment im Fitnessstudio.

Nun werden Sie sich vielleicht fragen. ob ich Sie allen Ernstes «sportsüchtig» machen will. Denn irgendwie hört sich «süchtig zu sein» grundsätzlich ungesund an. Aber diese Sichtweise sollten wir ändern. Wir wissen durch Professor Peters, dass für unser egoistisches Gehirn, das Zucker möchte, ein daraus resultierendes Übergewicht nur ein «Kollateralschaden» ist. Das heisst. ob eine Sucht sich für unseren Körper positiv oder negativ auswirkt, interessiert unser Gehirn nicht. Unser Gehirn will, wonach es «süchtig» ist. Die Konsequenzen daraus, sind ihm egal. Uns aber sollten sie nicht egal sein. Deshalb sollten wir unserem Gehirn gezielt Myokine verabreichen, da sie zu den Drogen gehören, die positiv sowohl für unseren Körper als auch für unsere Gesundheit sind. Unserem Gehirn reichlich von diesem Suchtstoff zu geben, ist der sicherste Weg, um unser Gehirn davon abzuhalten, den Mangel an Myokinen durch andere Suchtstoffe zu kompensieren. Suchtstoffe, deren Kollateralschäden für unseren Körper und unsere Gesundheit gleichermassen verheerend wären.

Es ist also völlig egal, ob es um die Intensität für den Erhalt der Muskelmasse und der Knochendichte geht, oder schlicht und einfach um eine



So führen Sie Ihr Gehirn immer wieder langsam an die Droge heran. Natürlich gilt das nur für diejenigen, die ansonsten keine ausreichenden Beweggründe finden, um zu trainieren. Denn solange Menschen Schmerzen haben oder das Ziel, eine Meisterschaft zu gewinnen, treibt sie allein ihr Schmerz oder ihr Ehrgeiz in die Fitnessclubs hinein. Die Myokine, die motivierte Menschen ihr Training angenehm erscheinen lässt, setzen in diesem Fall ihrer Motivation nur noch das Sahnehäubchen auf.

Freuen Sie sich also, dass Sie Ihren Fitnessclub haben: Er liefert Ihnen das Equipment, um mit hohen Gewichten sicher Ihre Muskeln zu trainieren. Damit liefert er Ihnen die Voraussetzungen, um mit Freude am Training und geringem Zeitaufwand Ihre Muskelmasse auf hohem Niveau erhalten zu können. Und das ist wichtig. Denn Professor Elke Zimmermann hat in einer Untersuchung an Soldaten ermittelt, dass Männer,

dann freuen Sie sich auf das nächste Kapitel. Denn das nächste Kapitel ist ganz speziell das Kapitel Ihres Fitnessstudios» (Ende Buchauszug).

Sind Sie jetzt gespannt, das Kapitel Ihres Fitnessclubs zu lesen? Und weckt der Auszug aus meinem Buch bei Ihnen so etwas wie Gemeinschaftsgefühl? Denn dann haben Sie auf jeden Fall gewonnen, wenn Ihre Sonderedition auch die lesen, die bei den Billiganbietern und zuhause trainieren. Mit meinem neuen Buch möchte ich Sie in Ihrem öffentlichen Auftritt unterstützen, damit die Menschen schon Ihre Fans sind, bevor sie Ihren Fitnessclub betreten. Richtig gut ist, wenn jeder, der zu Ihren Vorträgen kommt, vorher schon gespannt ist, Sie einmal persönlich kennenzulernen.

Unser egoistisches Gehirn bekommt immer, was es will

ausreichend hohe Trainingsmotivation: Bei unserem Mangel an Zeit, die einen hohen Trainingsumfang zuliesse, kommen wir um eine hohe Intensität im Training nicht herum. Mitglieder, die im Fitnessclub die Gewichte nicht erhöhen, um intensiv zu trainieren, werden also nicht nur ihre Ziele nicht erreichen, sondern sie verlieren auch alsbald ihre Trainingsmotivation. Erinnern Sie sich deshalb an meine drei Wegweiser:

- 1. Zwanglosigkeit.
- 2. Regelmässigkeit und
- 3. eine Steigerung der Belastung für die Langfristigkeit.

deren Muskelanteil an ihrem Körpergewicht früher im Normalfall bei 40 bis 45 Prozent lag, inzwischen einen Muskelanteil an ihrem Körpergewicht aufweisen, der heute in der Regel geringer ist als früher der von Frauen.

Mit vielen der Fitnessclubs in Deutschland, Österreich und der Schweiz arbeite ich zusammen. Mit manchen schon seit über 30 Jahren. Einige von ihnen haben dieses Buch als Sonderedition begleitend zu den Vorträgen, die sie in ihren Fitnessclubs halten, herausgegeben. Falls Sie also eine dieser Sondereditionen vor sich liegen haben,



Andreas Bredenkamp

Jahrgang 1959 Studierte Germanistik und Sport, Autor des Buches "Erfolgreich trainieren" und des "Fitnessführerscheins". Experte der "Experten Allianz für Gesundheit e. V."



Netzwerken & Fun in den Schweizer Bergen Mountain Move: Fitness Days Netzwerktreffen



Zum fünften Mal findet das beliebte Mountain Move Fitnesscenter Netzwerktreffen, welches ab diesem Jahr Fitness Days Netzwerktreffen heisst, nun statt. Dieses Jahr — geschuldet der aktuellen Situation — getrennt von der Mountain Move Fitness, Ski & Fun Plauschwoche, die im März durchgeführt werden konnte.

Vom Donnerstag, 7. bis Samstag, 9. Oktober 2021 ist es dann wieder soweit: Das coolste Netzwerktreffen der Fitnessbranche auf 1800 Meter über Meer im Waldhotel Arosa steht an!

Die Fitnessbranche; Fitnesscenterbesitzer, Fitness-Instruktoren, Fitness-

referenten- und Experten treffen sich zum Netzwerken und Erfahrungsaustausch. Organisator Rolf Dürrenberger freut sich, wieder im Waldhotel Arosa, das Nr. 1 Wellness- und Eventhotel im Bündnerland, seine Gäste zu begrüssen.

Jetzt anmelden und bis zum 20. Juni 2021 vom Spezialpreis profitieren!

Wir sehen uns in Arosa! Informationen: www.mountain-move.ch











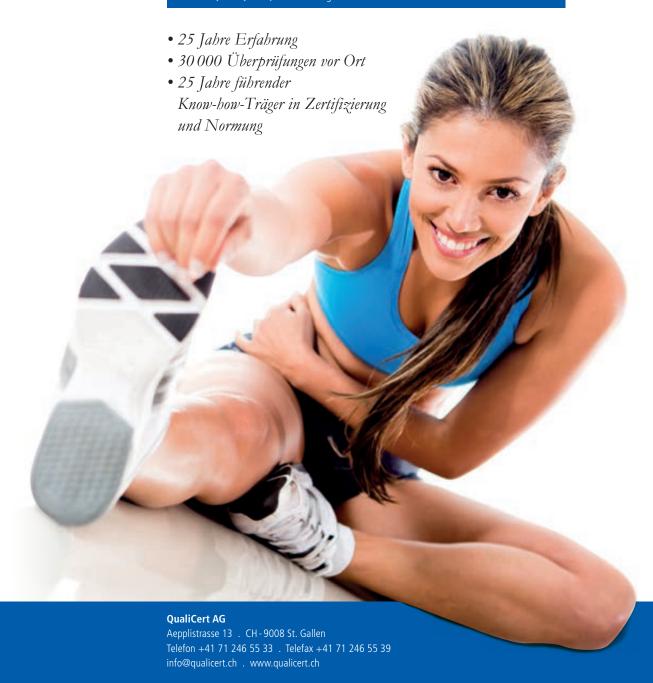


QualiCert ist das führende Schweizer Prüfinstitut für gesundheitsfördernde Bewegung und Training.

Normen und Anforderungen

QualiCert überprüft ab 2021 die Konformität folgender anerkannter Normen und Anforderungskataloge:

- SN EN 17229 die offizielle Schweizer Norm für Fitnesscenter
- Die Sicherheitsnorm Fit[Safe] von QTB für höchste Sicherheit beim Training
- Die Totalbetreuungsnorm Digital[Fit] von QTB für ständige Betreuung bei langen Öffnungszeiten
- Die Vibrationstrainingsnorm von Wellwave
- EMS-Norm EMS[Safe] von QTB für Sicherheit beim EMS-Training
- Course[Active] von QTB für Kursangebote



Deutschland: Pandemie der Inaktivität



Die Covid-19 Pandemie ist ein aussergewöhnlicher, globaler Notfall, welcher zu beispiellosen Massnahmen geführt hat, um die Verbreitung des Virus zu verhindern. Die deutsche Bundesregierung regiert seit 12.3.2020 mittels Ministerpräsidentenkonferenzen an einigen Wissenschaftsdisziplinen vorbei, um die Massnahmen wie Reiseverbote, Grenzschliessungen, Quarantäne, Soziale Distanzierung und Unternehmensschliessungen in der Freizeitbranche zu verordnen. Dass unsere Gesundheit in Zeiten der Corona-Krise oberste Priorität haben sollte, steht grundsätzlich ausser Frage. Aber es drängt sich immer stärker der Verdacht auf, dass die gesundheitlichen, langfristigen Kollateralschäden der Massnahmen, die Schäden, die durch eben diese Massnahmen verhindert werden sollten, übersteigen. Ausserdem ist es ein fundamentaler Fehler, dass in den öffentlichen und politischen Diskussionen ein biomedizinisches Modell bzw. ein pathophysiologisches Modell zur Operationalisierung von Gesundheit herangezogen wird. In der WHO-Charta wurde am 21.11.1986 in Ottawa das Salutogenese Modell von Aaron Antonovsky als Definition von Gesundheit festgelegt. Dieses besagt: «Gesundheit ist ein biopsychosoziales Gleichgewicht und mehr als die Abwesenheit von Krankheit». Politische Entscheidungsträger sollten sich, wenn sie Gesundheit sichern und fördern wollen, mit allen Dimensionen der Gesundheitsförderung bzw. –minderung über einen zeitlich erweiterten Horizont auseinandersetzen:

Die Priorisierungen im Gesundheitsschutz als auch in der Eröffnungsstrategie sind in Frage zu stellen. Doch alleine das Verhindern von pathogenen Faktoren reicht für die Volksgesundheitssicherung nicht aus. Sollten nicht salutogene Faktoren gezielt gefördert werden um, Schutzfaktoren aufzubauen und somit auch eine Verkleinerung der Risikogruppe erreichen zu können?

Falsche politische Entscheidungen bei der Impfstoffbeschaffung, bei der Organisation und Gestaltung von Schnelltests, der Einreiseregulierung sowie Regulierungen im Arbeitsbereich (Home-Office-Bitte) und eine schlechte digitale Nachverfolgung führten dazu, dass die einzige Möglichkeit das Pandemiegeschehen zu bremsen, ein Lockdown nach dem anderen ist. Die Massnahmen führten zu psychischen und physischen pathogenen Faktoren. Die Reduktion der physischen Aktivität und ein verändertes Ernäh-

rungsverhalten beschleunigt potentiell Sarkopenie. Die Muskelmasse wird nicht nur weniger, sondern auch dysfunktionaler. Diese Veränderungen steigern das Risiko für chronische Erkrankungen, wie kardiovaskuläre Erkrankungen aller Art (Todesursache Nr. 1), Diabetes Mellitus Typ II (verursacht jeden 5. Todesfall), Osteoporose, stärkeren kognitiven Leistungsabbau, rezidive orthopädische Verletzungen und Depressionen. Hierdurch entsteht auch ein erhöhtes Risiko einer Covid-19 Infektion. Die Massnahmen führen somit direkt zu einer Verschlechterung des allgemeinen Gesundheitszustandes der Bevölkerung und indirekt sogar zu einer Erhöhung der Covid-19 Infektionen. Es ist mehr als unverständlich, dass die Bundesregierung sich kürzlich dazu geäussert hat, dass es zum einen keinen signifikanten Rückgang der körperlichen Aktivität gäbe und zum anderen, dass Alltagsaktivitäten wie Gartenarbeit, längere Spaziergänge oder Radfahren dieselbe Wirkung haben sollen. Insbesondere für Menschen mit orthopädischen oder internistischen Kontraindikationen stellen solche Vorschläge keine Alternative dar, um den Bewegungsapparat, das Herz-Kreislaufsystem und das Immunsystem positiv zu beeinflussen. In vielen Fällen ist das Überlassen der Eigenverantwortung sogar fahrlässig, da aufgrund von Vorerkrankungen ein angepasstes und überwachtes Training notwendig ist. Angesichts der hier dargestellten wissenschaftlichen Argumente wirkt das Handeln der Regierung weltentrückt. Mittlerweile bestätigen erste internationale Untersuchungen die prognostizierte reduzierte körperliche Aktivität aufgrund der Corona-Massnahmen, infolgedessen ein erhöhtes Gesundheitsrisiko besteht. Die Darstellung in Abbildung 1 verdeutlicht: Deutschland musste bereits vor der Pandemie gesünder werden.

Ausfälle liessen sich durch Prävention verhindern. 40 Prozent der Arbeitsunfähigkeitskosten liessen sich durch effizientes Management von Gesundheit und Sicherheit vermeiden. Trotzdem stiegen die Prävalenzzahlen aller Zivilisationskrankheiten bereits vor Beginn der Coronakrise. Alleine Diabetes Mellitus Typ II weist eine Steigerung von 38 Prozent im Vergleich zu 1998 auf. Die Deutsche Diabetes Föderation e.V. schlug bereits vor der Corona-Pandemie Alarm ohne grosse Beachtung der Politik zu erfahren. Seit Corona beschleunigte sich die Ausbreitung aller Zivilisationskrankheiten.

in Abbildung 2 impliziert werden und durch Wachtler et al. bestätigt werden.

Vor dem Hintergrund, dass die Inanspruchnahme von Früherkennungsuntersuchungen und die Nutzung von gesundheitsfördernden Massnahmen einen ähnlichen sozioökonomischen Unterschied aufweisen, ist es essentiell für die Pandemie diese auch während des Lockdowns zu ermöglichen. Durch das Verbieten sämtlicher präventiver Angebote in Fitness- und Gesundheitseinrichtungen sowie des



Abbildung 1: Typische Zivilisationserkrankungen in Deutschland (eigene Darstellung)

Im Jahr 2018 waren in Deutschland 51,8 Millionen Menschen im erwerbsfähigen Alter zwischen 20 und 66 Jahren. Das Erwerbspersonenpotential ist seit 1995 rückläufig. Ab 2020 wird es verstärkt schrumpfen und deutlich altern. Bereits heute ist mehr als jede vierte Person älter als 60 Jahre. Dem Erhalt der Arbeitsfähigkeit kommt hierbei eine essentielle Rolle zu, um die Volkswirtschaft Deutschlands leistungsfähig zu halten. Die Arbeitsfähigkeit bezeichnet die Summe von Faktoren, die einen Menschen in einer bestimmten Arbeitssituation in die Lage versetzt, die ihm gestellten Arbeitsaufgaben erfolgreich zu bewältigen. Die Arbeitsfähigkeit beschreibt, inwiefern ein Arbeitnehmer in der Lage ist, seine Arbeit angesichts der Arbeitsanforderungen, Gesundheit und mentaler Ressourcen zu erledigen. Durch Arbeitsunfähigkeit gehen jährlich 133 Mrd. Euro verloren. 76 Prozent der

Wenn jemand infiziert wird, trotz aller Massnahmen, dann ist es von enormer Bedeutung, dass die betroffene Person eine möglichst hohe Gesundheit bzw. ein möglichst starkes Immunsystem aufweist. Eine US-Studie belegt klar, dass regelmässiger Sport das Risiko für schwere Covid-Erkrankungen und Tod durch Covid sehr stark reduziert. Diejenigen, die nie Sport machen, haben im Vergleich zu Sportlern eine dreifach höhere Sterblichkeit. Das Robert-Koch-Institut stellte fest, dass 51,9 Prozent der Bevölkerung der Risikogruppe angehören. Insbesondere für diese ist die Bedeutung der Gesundheitsförderung in diesen Zeiten kaum überbewertbar, da sich die Risikofaktoren sowohl für Corona als auch für Zivilisationskrankheiten beeinflussen liessen. Bemerkenswert hierbei sind auch die sozioökonomischen Unterschiede, welche

Vereinssports, werden Gesundheitsförderungswilligen die Anlaufstellen genommen, welche Gesundheit auch ganzheitlich im Sinne Antonovskys fördern. Hierbei gilt die Einhaltung aller Hygieneauflagen bei beherrschbarem Infektionsgeschehen als kontrollierbare Voraussetzung. Aktuell gibt es drei Studien, welche das Infektionsrisiko in Fitness- und Gesundheitseinrichtungen beurteilten. Eine als Laborversuch, welche eine theoretische Annährung ohne Kontrollgruppe darstellt und eine Feldstudie mit knapp 60'000 Besuchen als Testpopulation. Erste kam zu der Erkenntnis, dass das Risiko in Fitnessund Gesundheitseinrichtungen 3,4-mal höher ist als im Supermarkt. Zweitere konnte eine Inzidenz von 0,78 auf 100'000 Besucher belegen. Beide Settings setzten voraus, dass keine Maske während dem Sport getragen wird und dass keine Schnelltests und Virenfil-

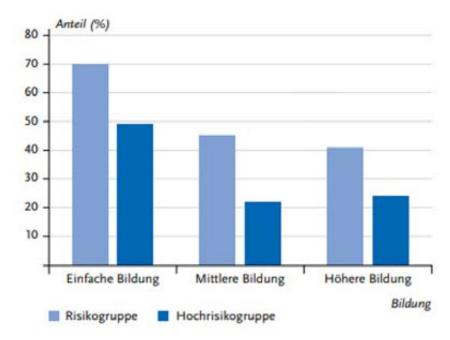


Abbildung 2: Anteil der Risikogruppen bzw. Hochrisikogruppen in Abhängigkeit vom Bildungsgrad (RKI, 2021)

ter vorhanden sind. Bemerkenswert ist die Studie von Helsingen et al. in der in Oslo eine Versuchs- und eine Kontrollgruppe gebildet wurden. Die Versuchsgruppe musste sich an spezielle Hygieneregeln halten. Die Kontrollgruppe musste im Lockdown bleiben. Bei den 1868 trainierenden Probanden kam es zu einer Infektion, welche dann nachweislich im beruflichen Umfeld des Probanden übertragen wurde und nicht in der Sporteinrichtung. Im Anbetracht der Vorteile einer Öffnung eine zu hinterfragende Begründung der Verbote.

Die Empfehlung der WHO zur regelmässigen physischen Aktivität wurde kürzlich aktualisiert. Dort werden mindestens 150 bis 300 Minuten physische Aktivität in moderater bis hoher Intensität empfohlen. Zusätzlich wird empfohlen, an zwei oder mehreren Tagen in der Woche Krafttraining von mindestens moderater Intensität umzusetzen, welches alle wichtigen Muskelgruppen umfasst. Älteren Menschen (fast 25 Prozent der Deutschen Bevölkerung) wird empfohlen, den Fokus zusätzlich auf Gleichgewicht sowie Koordination zu legen — und dies an mindestens drei Tagen pro Woche. Selbst der Generaldirektor Tedros Adhanom Ghebreyesus sagte «Körperlich aktiv zu sein, ist entscheidend für Gesundheit und Wohlbefinden — es kann dem Leben mehr Jahre und den Jahren mehr Leben bringen». Die Zeit der Inaktivität (bspw. durch Homeoffice oder Lockdown)

ist ein signifikantes Frühwarnzeichen für spätere negative Gesundheitsfolgen. Durch jede Stunde Sitzen wird geschätzt, dass die jährlichen Gesundheitskosten von älteren Erwachsenen um 126 US-Dollar steigen. Daher hat die WHO in einem globalen Aktionsplan physische Inaktivität als eines der kritischsten Erkrankungsrisiken benannt und das Ziel bis 2025 gesetzt, die Prävalenz in Relation zu 2013 um 10 Prozent zu reduzieren. Wissenschaftliche Schätzungen ergaben, dass zwischen 3,9 Millionen und 5,3 Millionen Tote jedes Jahr durch einen aktiven Lebensstil verhindert hätten werden können. Obwohl die genauen Auswirkungen der Covid-19 Pandemie inkl. der Massnahmen der Regierung auf die physische Aktivität noch nicht umfassend bewertbar sind, soll hervorgehoben werden, dass die aktuellen Massnahmen die körperliche Aktivität reduzieren, die Zielsetzungen der WHO nicht erreicht werden können und dies zu einer Verschlechterung der Volksgesundheit führt. Hierdurch wird die Risikogruppe weiterwachsen und die negativen Auswirkungen zukünftiger Wellen oder Pandemien wachsen. Der vernachlässigte Kampf gegen Zivilisationskrankheiten und den demografischen Wandel werden erhebliche volksökonomische Konsequenzen nach sich ziehen. Ein Gesundheitstraining sollte trotz hohen Infektionsgeschehens ermöglicht werden, sofern adäquate Hygiene- und Abstandsregeln eingehalten werden.

Daher werden folgende Forderungen formuliert:

- Salutogen wirkende Dienstleistungen müssen für eine effektive Pandemiebekämpfung in der Öffnungsstrategie priorisiert werden, wenn Sie einen umfangreichen Hygieneschutz bieten können.
- 2. Die Präventionsgesetze §20 SGB V und Rehabilitationsgesetze § 43 SGBV sollten deutlich ausgebaut werden, um Spätfolgen von Corona, die ansteigenden Zivilisationskrankheiten und den demografischen Wandel besser im Sinne der volkswirtschaftlichen Leistungsfähigkeit bewältigen zu können.
- Eine Bewegungs- und Ernährungskampagne sollte bereits bei beherrschbarem Infektionsgeschehen initiiert werden um die gesundheitlichen Kollateralschäden möglichst gering zu halten.
- Sport muss dem Gesundheitsministerium zugeordnet werden — Es gehört in dieses Ministerium und nicht ins Innenministerium.

Literaturliste

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte:

info@fitnesstribune.com



Nils Daimer

Nils Daimer arbeitet seit 2005 in der Fitnessbranche. Der ehemalige Profitriathlet hat seinen MBA an der DHfPG im Dez. 2019 abgeschlossen. Neben der Funktion der fachlichen Leitung der vier New Mountains Fitness & Wellness Lofts im Münchner Norden berät er Unternehmen rund um das Thema Betriebliches Gesundheitsmanagement. Er engagiert sich im wissenschaftlichen Beirat der Expertenallianz für Gesundheit e.V., damit der Stellenwert des Sports für unsere Gesellschaft neu diskutiert

www.new-mountains.de

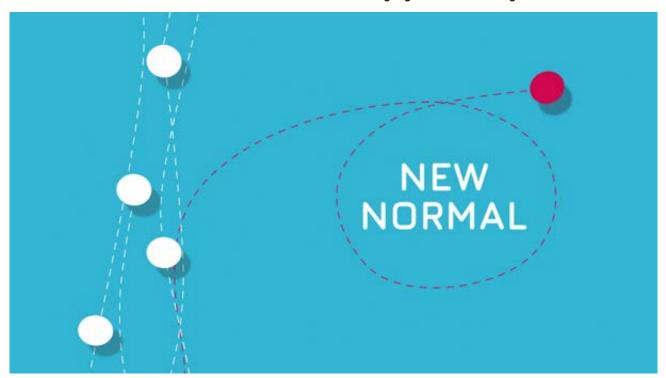


WE MAKE FLEXIBLE



The New Normal!

Das ist doch alles nicht mehr normal! Wie oft habe ich das in den vergangenen 14 Monaten gehört?!



14 Monate, in welchen ich, wie geplant die «Fitnesswelt» aus einer gewissen Distanz betrachten konnte. Ich dachte an räumliche Distanz. Also räumlich in der Form, dass ich für 2020, während meines «Time-Stopps», einige Reisen geplant hatte, um losgelöst vom gewohnten Alltag, neue Ideen und Lösungen für diese Fitnesswelt zu finden. Dazu wollte ich italienisch lernen, in Italien, und neue Menschen kennenlernen. Die räumliche Veränderung erfolgte. Allerdings ganz anders - ich wurde in Räumen eingesperrt. Dagegen wurde ich aus anderen Räumen, in welchen ich mich gerne bewegt hätte, ausgesperrt — z.B. Fitnessstudios — und Italien!

Somit ergab sich die unerwartete Situation, dass ich weiterhin lebhaften Kontakt zu Betreibern und der Industrie hatte. Als Gesellschafter von zwei Studios hat mich die Pandemie ja auch persönlich, aber noch viel mehr die Teams und die Mitglieder dieser Studios, betroffen.

Ich war gleichermassen entrüstet wie enttäuscht, als ich vor einiger Zeit folgende Aussage hörte: «Nicht der Virus ist unser Feind, sondern die Regierung». Es gilt der demokratische Grundsatz der freien Meinungsäusserung. Ich nehme das zur Kenntnis und sage ich dazu nur: «Unsinn»!

Es liegt mir absolut fern, mir anzumassen darüber entscheiden zu wollen oder zu können, welche Massnahmen zu treffen sind, um eine Pandemie zu bekämpfen. Was ist denn richtig und was ist falsch? Politiker möchte ich wahrhaft keiner sein. Das wollte ich noch nie. Ich wollte einfach nur gute Konzepte, Lösungen und Produkte entwickeln, ungestört arbeiten, Arbeitsplätze schaffen, die Regeln beachten, erfolgreich sein.

Ich glaube, dass die Pandemiekeule unsere Branche brutaler trifft als manche andere. Die Umsätze wurden ausradiert. Wenn wir unsere Studios wieder aufsperren, dann sind die Kosten wieder da. Liquidität und Bonität sind aber bei vielen weg. Genauso wie der mit viel Energie und Einsatz aufgebaute Mitgliederbestand. Bei so manchem Betreiber beläuft sich das im «soliden» zweistelligen Prozentbereich. Anders als bei Restaurants, Friseuren und Kinos sind wir bei der Wiedereröffnung nicht der erste Anlaufpunkt. Und «Take-Away-Training» gab es auch nicht. Erwähnenswert ist dabei zudem, dass während der Pandemie viele Betreiber ihre Mitglieder zu Gläubigern gemacht haben. Die werden ihre (Vor-) Leistung zurückfordern/einfordern und wir müssen uns nicht nur dafür gute Lösungen einfallen lassen, sondern wir müssen uns ausserdem überlegen, ob Abo-Modelle mit ganzjähriger Vorauszahlung bzw. wöchentlicher oder monatlicher Abbuchung noch akzeptiert werden und zeitgemäss sind. Vor allem dann, wenn die Leistungserbringung nicht erfolgen kann.

Ich frage mich «was ist denn da eigentlich passiert?» Warum ist diese Branche, die sich für gesundheitsrelevant empfindet, derart «lobbyfrei»? Aber, noch viel wichtiger, was hilft uns und was brauchen wir, um künftig als Gesundheitsdienstleister wahrgenommen zu werden — wenn wir das denn sein wollen?

Ja glaubt denn wirklich jemand, dass eine repräsentative Quote unserer Mitglieder dafür mobilisierbar ist, um für die Öffnung von Fitnessstudios zu skandieren? Wie haben denn die «Aus-Mitgliedern-Fans-machen»-Kampagnen gefruchtet? Bitte nicht falsch verstehen, denn jede Aktivität in diese Richtung ist sinnvoll und lobenswert! Doch was erwarten wir von der Politik, wenn noch nicht mal unsere bezahlenden Mitglieder für uns Stimmung machen?

Seit langem wissen wir, dass eine klare Positionierung, Qualität und Nachhaltigkeit wesentliche Ingredienzen für ein Erfolgsrezept sind. Man erreicht das nicht, indem sich während einer Pandemie plötzlich jede Einrichtung zum Gesundheitsanbieter (mit Verlaub, bisher Lifestyle-Club) und zum Immunsystem-Spezialisten (mit Verlaub, da sehe ich primär den Darm in der Verantwortung) erklärt. Das ist alles nur bedingt glaubwürdig. Und wenn dann auch noch zum Sturm auf die Regierung geblasen wird, dann nimmt die Politik diese Branche schlichtweg nicht ernst. Und unsere Mitglieder werden das auch nicht tun, wenn wir uns anders darstellen, als sie uns wahrnehmen. Da muss man sich schon fragen: «Sind wir gut genug»? Sind wir tatsächlich so gut wie wir uns gerade selbst erklären? Und falls wir uns nicht sicher sind, wie soll es denn die Politik erkennen, die noch so weit weg von uns ist?

Doch genau das ist jetzt auch eine unglaubliche Chance für diese so junge Branche, die sich in den vergangen 20 Jahren so schnell entwickelt hat. Denn erstens glaube ich wirklich daran, dass die Mitglieder das Studioleben vermissen. Sie sind zwar während der Pandemie nicht auf die Strasse gegangen, um für die Öffnung der Studios zu demonstrieren, aber sie vermissen den Treffpunkt, das Umfeld, die sozialen Kontakte, sie vermissen das «to see and to be seen»! Und nicht wenige haben in puncto Wohlgefühl und auf der Waage erfahren, was es bedeutet nicht mehr zu trainieren. Eine Mitgliederbefragung in einem meiner Clubs ergab, dass 97 Prozent derer, die uns geantwortet haben, wieder zum Training kommen werden, sobald wir wieder öffnen dürfen. Ich hoffe das stimmt so, denn auch wir haben zu viele Mitglieder verloren.

Und zweitens bin ich davon überzeugt, dass wir jetzt den Zeitgeist und die Chance nutzen können, um künftig als Gesundheitsanbieter wahrgenommen zu werden. Vielleicht hat Corona das Thema Gesundheit auch zum Vorteil unserer Branche sensibilisiert. Wir werden aber nicht als Gesundheitsanbieter wahrgenommen, weil wir laut schreien oder behaupten es zu sein, sondern weil wir es über Leistung, Qualität und eine klare Positionierung erreichen können. Wir sind erst dann «gesundheitsrelevant», wenn uns unsere Mitglieder so erleben und wenn die Ergebnisse stimmen. Dann gibt es Chancen von Arbeitgebern, Versicherungen, Krankenkassen und

schlussendlich auch der Politik anders wahrgenommen zu werden.

In der gesamten Trainingswelt und auf dem Weg zum Gesundheitsanbieter wird auch die Digitalisierung einen wichtigen Platz einnehmen. Sie wurde durch Corona beschleunigt, war allerdings auch vorher längst da! Im Trainingsbereich wurde dies, meiner Ansicht nach, in der Vergangenheit allerdings oft zu wenig beachtet. Wir müssen unsere Mitglieder erkennen, um sie betreuen zu können. Dabei müssen wir auch erkennen, was sie von uns erwarten — stationär und remote. Die Systeme dafür sind bereits verfügbar, werden allerdings noch zu wenig genutzt und somit nicht gelebt.

Dazu passt die Frage: «Wie wichtig wird bzw. bleibt Home Fitness und Remote-Training»? Ja, ich glaube da wird etwas kleben bleiben — als Ergänzung zum Angebot im Studio. Hybride Modelle sind interessant und zeitgemäss. Aber Achtung: Es gibt einen Unterschied zwischen Home Office und Home Fitness. Home Fitness ist für mich ein wenig so, wie Home Urlaub. Balkonien mag ja ganz nett sein, aber ich schütte mir ja auch nicht 10 Eimer Sand in mein Wohnzimmer, um einen Sonnenschirm und einen Liegestuhl aufzustellen, um ein annäherndes Urlaubsgefühl zu erfahren.

Ich hoffe, dass sich die Branche nach der Wiedereröffnung nicht auf einen «Preis-Aktionismus» einlässt, um Kunden zu gewinnen. Da würde sie sich einen Bärendienst erweisen. Im Gegenteil. Ich hoffe, dass wir in vielen Fällen die Möglichkeiten erkennen, um sogar einen höheren Preis erzielen zu können und durch unsere Leistung unseren Preis wert sind.

Es muss (eigentlich darf) auch nicht jeder zu 100 Prozent auf die Gesundheitsschiene aufspringen. Die verschiedenen Zielgruppen haben unterschiedliche Ansprüche und Erwartungen. Sonst wird wieder alles verwässert. Niemand kann Everybody's Darling sein. Selbstverständlich muss es die Plätze geben, wo Menschen trainieren, deren Antrieb vor allem die Attraktivität ist. Ich hoffe und erwarte, dass es Standards gibt, die einen Gesundheitsdienstleister auszeichnen, um die Subventionierung durch Firmen, Kassen und Versicherungen und die Akzep-

tanz durch die Politik zu erreichen. Die Kosten dafür müssen überschaubar bleiben, aber das Angebot im Markt «Gesundheit und Fitness» muss für den Endverbraucher klar erkennbar sein. Differenzierung statt Alleskönner. Kluge Allianzen von Gesundheitsangeboten statt Einzelkämpfertum. Die Kraft der Netzwerke nutzen, um als ein wichtiger Teil in einer umfassenden holistischen Gesundheitswelt zu gelten.

Ohne Zweckoptimist zu sein, bin ich positiv! Denn «jedem Anfang liegt ein Zauber inne» (Hermann Hesse) und so soll das auch bei einem Neuanfang sein. Ich wünsche uns allen die Nerven, die Geduld und die Mittel, um das gut zu überstehen. Für danach wünsche ich mir, dass sich die Branche und jeder Einzelne gute und sinnvolle Gedanken dazu gemacht hat, wie wir unsere Kunden, Mitglieder und Fans noch besser «servicen» können. Damit sie «draussen» gut über uns sprechen, damit sie sich erkannt fühlen und motiviert sind, damit sie uns weiterempfehlen und damit es ganz normal ist, also «The new Normal», dass man in einen «Gesundheitstrainigs-Club» — auch Fitnessstudio genannt — geht, um gesund zu bleiben und um sich wohlzufühlen.

Ich schreibe diese Zeilen aus Catania, wo ich gemeinsam mit meiner Partnerin Katharina einen vierwöchigen Italienisch-Sprachkurs belege und sehr viel arbeite. Es ist viel passiert in diesen 14 Monaten der Pandemie. Ciao!



Udo Münster

Udo Münster hat über 35 Jahre Erfahrung in der Sportartikel- und Fitnessbranche. Seine Schwerpunkte lagen in den Bereichen Marketing, Vertrieb und Branding. Die Fitness- und Trainingsbranche kennt er sowohl von der Industrie- als auch von der Betreiberseite. Ende 2019 zog er sich aus seinen operativen Tätigkeiten zurück und übernahm in Folge beratende Tätigkeiten. Heute beschäftigt er sich vor allem mit der Entwicklung neuer Konzepte und Lösungen für Trainingseinrichtungen.

Techniken zur Intensitätssteuerung im Personal Training Spotting und Hands-on-Techniken

Personal Trainer können während einer Trainingseinheit spezielle Techniken anwenden, die die Trainingsbelastung verstärken. In diesem Kontext werden gezielt Spotting- und Hands-on-Techniken eingesetzt, um eine individuelle Intensitätssteuerung zu erreichen.



Im Personal Training sind Flexibilität und Kompetenz gefragt, um Kunden auch mit wenig Equipment ein effektives Workout zu bieten. Diese Fähigkeit wird vor allem bei einem Körpergewichtstraining ohne jegliche Hilfsmittel gefordert. Im Personal Training werden in diesem Kontext das sogenannte Spotting und die Hands-on-Techniken verwendet. Das Ziel dieses Artikels besteht darin, diese Begriffe näher zu betrachten und das manuelle Widerstandstraining als spezielle Form des Spotting bzw. der Handson-Techniken vorzustellen.

Was bedeutet Spotting und Hands-on-Techniken?

Der Begriff «Spotting» beschreibt übergeordnet die Kontrolle der korrekten Bewegungsausführung, die Korrektur von Bewegungsfehlern sowie die Durchführung von Hilfestellungen (Spotting also im Sinne einer Fokussierung der Aufmerksamkeit auf den Trainierenden). Bei enger Auslegung des Begriffes wird unter Spotting die Durchführung von Hilfestellungen verstanden, die den Technikerwerb bzw. die Bewegungsausführung unterstützen oder den

Trainierenden beim Training mit hohen Zusatzlasten absichern sollen. Auch die Hilfestellung zum Erzwingen weiterer Wiederholungen über das konzentrische Muskelversagen hinaus fällt unter das Spotting.

In der Trainingspraxis werden manuell ausgeführte Hilfestellungen sowie das Setzen eines mit den Händen erzeugten Widerstands auch als Hands-on-Techniken bezeichnet, da der Trainer beim Trainierenden buchstäblich die Hände anlegen muss. Insofern gelten Hands-on-Techniken als spezielle



Abb. 1: Manueller Widerstand beim Stützen (@DHfPG/BSA)

Methoden des Spotting. Insbesondere das Setzen manueller Widerstände ist eine nachweislich effektive Möglichkeit der Intensitätssteuerung im Krafttraining (Chulvi-Medrano et al., 2017).

Manuelles Widerstandstraining – das gilt es zu beachten

Personal Trainer, die manuelles Widerstandstraining anwenden, sollten einige Aspekte beachten: Der manuelle Widerstand sollte so erzeugt werden, dass dieser exakt in der gegenläufigen Richtung zu der Wirkungsrichtung des Kraftimpulses der Muskulatur einwirkt. Hinsichtlich der Höhe des manuellen Widerstands ist es sinnvoll, die jeweilige Übung zunächst mit geringem Druck auszuführen, um herauszufinden, wie viel Kraft der Trainierende bei der Bewegungsausführung überhaupt aufbringen kann, respektive wie viel Kraft

für den manuellen Widerstand aufgebracht werden muss. Der ausgeübte Druck sollte möglichst konstant gehalten werden. Ist dieser nicht gleichbleibend, sind mechanische Spannungsschwankungen in der Arbeitsmuskulatur des Trainierenden das Resultat. Darunter können die Effektivität und Qualität der Bewegungsausführung leiden. Bei manuellem Widerstand an Extremitäten oder auf beiden Seiten des Schultergürtels ist die Erzeugung eines symmetrischen Drucks wichtig. Es sollte daher unbedingt darauf geachtet werden, dass der manuell gesetzte Widerstand nicht die Bewegungsausführung abfälscht.

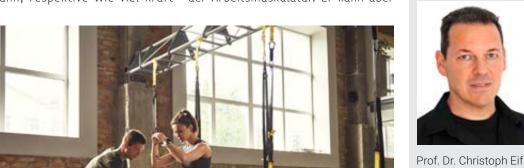
Personal Trainer können den manuellen Widerstand so hoch wählen, dass er vom Trainierenden nicht überwunden werden kann. Die Folge ist eine isometrische Beanspruchung der Arbeitsmuskulatur. Er kann aber auch nur so hoch sein, dass der Trainierende ihn gerade so überwindet. Daraus resultiert eine intensive konzentrische Beanspruchung. Der manuelle Widerstand kann auch höher als der maximal mögliche Kraftimpuls aus der Arbeitsmuskulatur des Kunden sein. Die Folge wäre ein hochintensives exzentrisches Krafttraining. Es sollte im Vorfeld geklärt werden, an welchen Körperpartien ein manueller Widerstand angesetzt werden darf. Unproblematisch ist in der Regel ein Griffansatzpunkt an den Extremitäten oder am Schultergürtel.

Fazit

Im Personal Training kann — unter Berücksichtigung der genannten Punkte — insbesondere bei der Ausführung von Übungen mit dem eigenen Körpergewicht oder dem Schlingentrainer eine individualisierte Intensitätssteuerung erfolgen, die ohne zusätzliche Hilfsmittel funktioniert. Durch die korrekte Handhabung von Spotting- und Hands-on-Techniken kann die Trainingsbetreuung ohne finanziellen Aufwand verbessert und das Training der Kunden effektiviert werden.

Literaturliste

Chulvi-Medrano, I., Rial, T., Cortell-Tormo, J. M., Alakhdar, Y., La Scala Teixeira, C. V., Masiá-Tortosa, L. & Dorgo, S. (2017). Manual resistance versus conventional resistance training: impact on strength and muscular endurance in recreationally trained men. Journal of Sports Science & Medicine, 16 (3), 343—349.



Prof. Dr. Christoph Eifler

Prof. Dr. Christoph Eifler leitet den Fachbereich Trainings- und Bewegungswissenschaft der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) sowie den Fachbereich Fitness der BSA-Akademie. An der DHfPG erfüllt er zudem das Amt des Prorektors für Forschung.

www.dhfpg-bsa.de

Digitalisierung als Erfolgsfaktor

Fitnessstudios und Gesundheitseinrichtungen stehen vor grossen Herausforderungen. Wir wagen einen Blick in die Zukunft. Wie können die Anlagenbetreiber den wachsenden Anforderungen an Hygiene, Qualität und Gästekomfort gerecht werden und den Betrieb profitabel weiterentwickeln?

Die Antwort darauf heisst Digitalisierung. Gerade jetzt sind Fitnessanlagenbetreiber gut beraten, sich durch Automatisierung und neueste Technologie optimal auf die aktuellen Gegebenheiten sowie die Zukunft vorzubereiten. glieder und Fitnessstudiobesitzer erledigt werden.

Innovative Terminals, wie beispielsweise die neue Terminalgeneration GT7 von GANTNER, sorgen automatisiert anschliessend die Garderobe benutzen. Die gleichen Terminals können auch als Türöffner eingesetzt werden und ermöglichen so nur den berechtigten Gästen den Zutritt.





Drehkreuz mit Chipleser

RFID-Türleser

Den Zutritt automatisieren

Dabei geht es vorwiegend um die Optimierung und Automatisierung von Prozessen. Vom kontrollierten Check-in, dem bequemen Zutritt an Drehsperren, der Nutzung von Spinden bis hin zum bargeldlosen Bezahlen an Automaten oder Snackbars. Innovative Systemlösungen sorgen dafür, dass Mitglieder dies alles bequem mit einem Datenträger (z. B. Mitgliedsausweis, Armband, Smartphone) regeln können. Der Vorteil dabei ist, dass dank solchen Digitalisierungslösungen derartige Themen ohne zusätzlichen Personaleinsatz bequem und sicher für die Mit-

dafür, dass nur berechtigte Personen mittels Datenträger das Fitnessstudio betreten können — berührungslos. Zudem weiss der Betreiber jederzeit, wie viele Personen und welches Mitglied sich im Club aufhalten, was bei einem Erkrankungsfall eine Komplettschliessung verhindern kann. Ein automatisierter Check-in setzt dabei nicht zwingend Drehkreuze voraus. Dank integrierter Lösungen können auch Stand-Alone-Terminals, welche auf der Theke platziert werden, den Kunden einchecken. Dabei wird das Check-In Datum auf den Chip geschrieben. Nur ein eingecheckter Gast kann

Sicherheit und Effizienz im Garderobenbereich

Gerade im Garderobenbereich gilt nun besondere Sorgfalt. Der Tausch des Mitgliederausweises gegen einen Garderobenschlüssel am Empfang oder Lösungen mit Vorhängeschlössern sind nicht mehr zeitgemäss. Die Besucher setzen heutzutage in Punkto Komfort, Hygiene und Handling eine modernere Lösung voraus. Achten Sie darauf, dass die Spinde berührungslos geöffnet und versperrt werden können und keine vorstehenden Schlosskomponenten wie Schlüssel haben, sodass die Reinigung mühelos und sicher ist. Lösungen mit



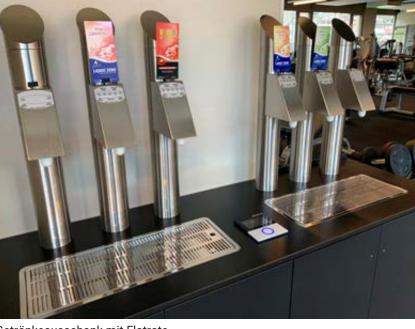
Berührungslose Schrankschlösser bieten Komfort und Sicherheit



elektronisches Schrankschloss von GANTNER



Automatenleser



Getränkeausschank mit Flatrate

PIN-Code Schlössern haben sich nur in kleinen Bereichen bis ca. zwanzig Schränke bewährt.

Bargeldlos zahlen in der ganzen Anlage

Der Gast hat sein RFID-Medium in Form eines Chiparmbandes oder Handy-Badges mit auf der Trainingsfläche dabei. Dieses dient auch als Identifikationsmedium für Bezüge. Das Bargeld und die Kreditkarten bleiben sicher verschlossen im elektronisch gesicherten Schrank. Intelligente Terminals steuern Verpflegungsautomaten, Kaffeemaschinen, Getränkeausschank sowie zeitgesteuerte Geräte wie Massageliegen oder Solarien und rechnen diese ab. Bezahlt wird über Guthaben oder beim Check-Out.

Integration von Trainingsgeräten

Im Bereich der chipgesteuerten Trai-

Stand-Alone Check-in Terminal

ningsgeräte gibt es erfreuliche Nachrichten. In der Vergangenheit haben die verschiedenen Hersteller auf unterschiedliche Chipstandards gesetzt, was dazu führte, dass Kunden mehr als ein Medium auf sich tragen mussten. Mittlerweile hat sich überall die berührungslose RFID-Technologie Mifare (ISO 14443) durchgesetzt. Alle namhaften Hersteller setzen auf diesen Standard. Die Fitnessmitglieder können daher mit einem Chipmedium für Zutritt, Schrankschloss und Bezahlung wie auch für die Identifikation an den Trainingsgeräten nutzen und haben so den grösstmöglichen Komfort.

Wo geht die Reise hin?

Bereits bieten zahlreiche Anlagen und Fitnesscenterketten die Möglichkeit, Mitgliedschaften online zu kaufen und zu verwalten. Die Kunden können online in ihr Konto einloggen und so

> die Mitgliedschaftsgebühr bezahlen, Time-Stopps beantragen oder sich die Krankenkassenbestätigung gleich selbst herunterladen. Beim Kauf der Mitgliedschaft ist aber meist noch manueller Einsatz gefragt, zum Beispiel für die Ausgabe der Chipmedien. In Kürze kommen Lösungen auf den Markt, welche auch diesen Prozess automatisieren. Die Kunden erhalten dann beim Kauf einer Mitgliedschaft einen QR-Code zugeschickt, mit welchem sie bei der Anlage das personalisierte Chiparmband direkt am Automaten beziehen können.

Experten-Tipp: Worauf Betreiber achten sollen

Wenn Sie alle folgenden Fragen mit Ja beantworten können, haben Sie die entscheidenden Schritte Richtung Digitalisierung bereits geschafft:

- Können ihre Mitglieder selbständig ein- und auschecken?
- Sind die Garderobenschränke elektronisch verschliessbar?
- Können die Kunden ohne Bargeld Ware und Dienstleistungen beziebon?
- Benötigen ihre Gäste für alle Anwendungen nur ein Datenträgermedium?

Ansonsten wenden Sie sich an einen Anbieter, welcher ein vollständiges Lösungspaket aus einer Hand bietet und dieses auf die lokalen Gegebenheiten anpassen kann.



Robert Looser

Jahrgang 1970, Gründer und Inhaber des IT-Systemintegrators NEOGATE (www.neogate.ch), der Schweizer Vertretung von GANTNER Electronic. Er ist seit 25 Jahren in der Fitnessbranche tätig und spezialisiert auf die Einführung von IT-Gesamtlösungen in Freizeitanlagen.

Der Weg durch die Krise wird schmerzhaft – aber unvermeidlich Wie uns das Phasen-Modell der Trauerarbeit aus dem Lockdown hilft

Covid-19 ist plötzlich und unerwartet über die Welt hereingebrochen. Wie so viele andere derartige Ereignisse, zum Beispiel der viel zu frühe Tod eines geliebten Menschen, der unerwartete Verlust des Arbeitsplatzes oder die Diagnose einer tödlichen Erkrankung, folgt die Bewältigung auch dieser existenziellen Herausforderung den gleichen Trauer- bzw. Veränderungsphasen. Diese Phasen wurden von Elisabeth Kübler-Ross¹) in ihren «Interviews mit Sterbenden» und von Martina Schmidt-Tanger²) für die Beschreibung und Bewältigung von Veränderungsprozessen einer breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht und ist Bestandteil vieler Change Management Prozesse in Unternehmen. Dieses «Phasenmodell der Veränderung» zeigt uns, wo wir gegenwärtig bei der Bewältigung der Corona Pandemie stehen, was uns noch bevorsteht und wie wir sie überwinden werden. Der Weg dahin ist jedoch naturgemäss schmerzhaft.



«Die Perle liegt hinter dem Schmerz verborgen», so sagte mir einst mein Lehrtherapeut. Der Benediktiner Pater und Management Coach Anselm Grün spricht davon, dass man zur Heilung einer Depression «durch sie hindurch» gehen muss³). Das muss man erst einmal akzeptieren. Vor allem für die Nachkriegsgeneration, die solche dramatischen Einschnitte in das Leben nur sehr selten erfahren müssen, die es gewohnt ist, dass es immer satt zu essen gibt, das Bruttosozialprodukt, die Löhne und die Anzahl der Trainierenden in Fitnessstudios kontinuierlich wachsen, ist es äusserst unangenehm, Niederlagen, Rückschläge und Schmerzen ertragen zu sollen/müssen. Die Denker, Weisen und Lebenserfahrenen wissen dies jedoch ebenso wie unsere Grosseltern, die die Zerstörung Europas durch den Zweiten Weltkrieg, die Hungersnot und die Existenznot unmittelbar miterlebt haben. Denen sollte man einmal zuhören, wenn wir die gegenwärtige Krise bewältigen wollen.

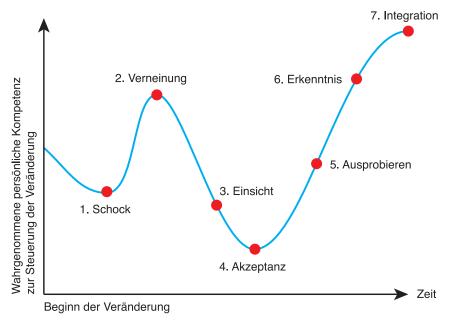
Alles beginnt mit einem Schock

Alle Veränderungsprozesse beginnen mit einem mehr oder weniger dramatischen Ereignis. Das kann im einfachen Fall eine Erkenntnis sein, wie sich die Welt oder der Markt entwickeln wird und uns zur Anpassung/Veränderung nötigt. Meistens ist es jedoch dramatischer, wie zum Beispiel die Dia-

gnose einer tödlichen Erkrankung oder eben ein Virus, der uns in den Hausarrest zwingt. Unabhängig vom Ereignis laufen die nun folgenden Phasen mehr oder weniger gleich, jedoch in unterschiedlicher Intensität ab. Die aufeinanderfolgenden Phasen haben unterschiedliche Auswirkungen auf die wahrgenommene Selbstwirksamkeit, unsere Motivation und unseren Energielevel, wie wir im Folgenden sehen werden.

Die erste Phase: der Schock

Wir alle haben es zu Beginn des Jahres 2020 erlebt. Was wie ein leichtes Donnergrollen im fernen China begann, war schon einige Wochen später als



Das Phasenmodell der Veränderung nach Martina Schmidt-Tanger

Tsunami bei uns spürbar. Ein tödliches Virus, für das es kein Gegenmittel gab, verbreitete sich in rasender Geschwindigkeit. Unser Leben musste sich angesichts der Ansteckungsgefahr sofort und drastisch ändern. Niemand hätte es für denkbar, geschweige denn möglich, gehalten, dass der grösste Teil unserer Wirtschaft heruntergefahren werden könnte, dass Fitnessstudios über Monate geschlossen bleiben, dass wir in den Hauarrest geschickt werden, Masken tragen müssen und der Staat unvorstellbar hohe Kredite aufnimmt, um die geschlossenen Betriebe zu unterstützen. In der ersten Phase, im ersten Lockdown, waren wir so geschockt, dass wir brav all das gemacht haben, was uns die Virologen und die Politiker aufgegeben haben. Wir haben unsere Selbststeuerung aufgegeben und dem Staat überlassen.

Die zweite Phase: Leugnung und Widerstand

Je länger die Einschränkungen dauerten umso mehr regte sich Widerstand. Viele leugneten (bis heute) die Existenz des Virus, vermuteten eine «Verschwörung» des Staates oder einiger reicher Industrieller, die Menschheit zu unterjochen, Ihnen über eine Impfung Mikrochips einzupflanzen, um uns zu steuern. Immer mehr Bürger hielten es nicht mehr aus, viele verloren ihren Arbeitsplatz, 20 Prozent Mitgliederschwund in den Studios, viele Betriebe wurden geschlossen. In dieser Phase demonstrierten Ultrarechte, Impfgegner, Verschwörungstheoretiker und Esoteriker, natürlich ohne Abstand und Maske (das Virus existiert ja nicht).

Der Rest der Welt hoffte auf den Impfstoff, der in rasender Geschwindigkeit entwickelt wurde, ohne die erforderliche Zeit, die Nebenwirkungen zu beobachten. Mehrere Impfstoffe wurden entwickelt und zugelassen. Dennoch dauerte es zu lange, die Logistik war holprig, und manche Länder (Russland und China) benutzten ihren Impfstoff, um ihren Einfluss auf die Welt zu steigern. Sie lieferten kostenlos hunderttausende Dosen in Schwellen- und Dritte Welt Länder, die von strategischer Bedeutung waren.

Die überwiegende Meinung war, dass wir das Virus bald besiegt haben und alles wieder so wird «wie früher». Aber immer neue Varianten tauchten auf, der Wettlauf zwischen Hase und Igel begann. In dieser Phase begannen aber die ersten Unternehmen kreativ zu werden und Chancen der Krise auszuloten. Sie sind als Erste in die dritte Phase des Veränderungsprozesses eingestiegen.

Die dritte Phase: Einsicht und Akzeptanz

Zum Zeitpunkt, da dieser Artikel geschrieben wurde (April 2021)
herrscht trotz der durch die neuen
Corona Varianten schlimmer werdenden «Dritten Welle» noch immer die
Hoffnung vor, dass das Virus überwunden werden kann. Doch es ist schon
lange nicht mehr dasselbe Virus, es
erfindet sich immer wieder neu, deshalb beginnen immer mehr Menschen
zu akzeptieren, dass wir gegen das
Virus nicht durch einen Kampf gewinnen können, sondern nur durch ein
grundlegend anderes Verhalten, denn:

«Es ist besser, den kurzen Schmerz der Wahrheit zu erleben als den dauerhaften Schmerz der Hoffnung.» Jede gelungene Trauerarbeit, jeder gelungene Veränderungsprozess, muss durch die nun folgende, schwierigste Phase gehen, die der Einsicht und Akzeptanz. Wir müssen einsehen, dass es, zumindest kein kurzfristiges Entrinnen vor dem Virus gibt. Wir müssen akzeptieren, dass es kein «wie früher» mehr geben wird. Die Welt, die Menschen und Fitnessstudios werden nie wieder so sein, wie sie vor dem Ausbruch der Pandemie waren.

Auch wenn die Menschheit schon mehrere Pandemien (Pest, Cholera, spanische Grippe) durchlebt und bewältigt hat, übrigens weitgehend ohne Pharmaunterstützung, haben wir es heute mit einer ganz anderen Qualität von Problemen und Herausforderungen zu tun. Ebenso wie der Klimawandel ist die Verbreitung von Viren eine Reaktion der Natur auf das globale Verhalten der Menschen. Was haben wir denn erwartet, als wir hemmungslos CO2 in die Atmosphäre geblasen haben durch das Verbrennen von Holz, Öl und Gas, als wir die tropischen Regenwälder abgebrannt haben, um Soja anzubauen, um die Massentierhaltung in den Hühner- und Schweineställen sicher zu stellen und Rindern Raum zu geben für unsere täglichen Hamburger und Steaks? Was haben wir erwartet, als wir uns unsere Autos anschafften. um «freie Fahrt für freie Bürger» zu leben, als wir unsere Vorgärten versiegelten, weil es bequemer ist als Rasen zu mähen und Blumen wachsen zu lassen, die Bienen, Hummeln und Schmetterlinge so dringend benötigen? Was denken wir uns eigentlich, wieviel Bevölkerungswachstum der Planet Erde noch verträgt? Was glauben wir, wie die Natur reagiert, wenn wir schon nach fünf Monaten eines Jahres die gesamte Regenerationsressource eines ganzen Jahres verbraucht haben?

Ebenso wie wir die globale Erwärmung nicht mehr zurückschrauben, allenfalls ein wenig aufhalten können, werden wir das Virus, die Reaktionen der Natur auf einen eingeschränkten Lebensraum seiner ursprünglichen Wirte, nicht besiegen. Wir müssen das akzeptieren und einsehen, dass wir uns grundlegend anders verhalten müssen.

Das ist das «tiefe Tal der Tränen», durch das jeder Trauernde, jeder Teilnehmer an grundlegenden Veränderungsprozessen in der Gesellschaft und unseren Unternehmen gehen muss. Und je schneller wir dies anerkennen, umso eher kommen wir wieder heraus. «Hinter dem Schmerz liegt

die Perle verborgen». Was für seelische Probleme gilt, gilt auch für diese Erkenntnis.

Die Anerkenntnis, dass wir uns grundlegend ändern müssen, dass es nie wieder so sein wird wie früher, verschafft uns psychologisch den Freiraum, den wir benötigen, um uns für neue Wege öffnen zu können. Ebenso wie unsere Grosseltern nach dem zweiten Weltkrieg akzeptieren mussten, dass alles zerstört war, dass alles, was sie bis dato geglaubt hatten, nicht mehr stimmt, und dass gerade dadurch etwas so Grossartiges wie eine weitgehend demokratische Welt, ein vereintes Europa und die Vereinten Nationen geschaffen werden konnten, müssen wir akzeptieren, dass wir uns grundsätzlich anders verhalten müssen, wenn wir uns selbst, unsere Kinder und Kindeskinder retten wollen. Mit der Natur kann man nicht diskutieren, Kompromisse schliessen, sie hat, ebenso wie das Virus, keine Moral, kennt keine «Impfprioritäten» oder «wirtschaftlichen Zwänge». Ihr ist es egal, ob wir zugrunde gehen oder nicht.

Ich befürchte, dass wir auch zu dem Zeitpunkt, an dem dieser Artikel erscheint, immer noch nicht so weit in unserem Erkenntnisprozess sind. Wenn wir aber so weit sind, dann benötigen wir dringend Menschen, die uns zeigen, was das neue Verhalten ist, die uns neue Wege aufzeigen, die uns vertrauensvoll führen, mit einer neuen Ethik, die nicht auf Isolation und Egoismus basiert sondern auf Gemeinschaft und Kooperation, auf Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit. Und auch wenn wir uns das heute noch nicht vorstellen können, wir werden uns, ebenso wie unsere Grosseltern, neu aufstellen, neu und anders leben, vielleicht nicht mehr mit acht Milliarden Menschen auf diesem Planeten, vielleicht nicht mit einem Auto pro Person in der Garage und vielleicht nur mit einem Lammbraten zu Ostern als einzige Fleischmahlzeit im Jahr. Ich weiss zurzeit auch nicht, wie wir leben werden, aber ich freue mich auf viele neue Erfahrungen, Begegnungen und Erlebnisse.

Und wenn wir mutig genug sind, die ersten Schritte zu gehen, bewegen wir uns in:

Die vierte Phase: Ausprobieren

Erinnern wir uns daran, wie wir das Autofahren erlernt haben. Wie unsicher waren wir? Wie Schulterblick, Kuppeln, Schalten, Bremsen, der Gegenverkehr, die Ampeln, Verkehrszeichen, Fussgänger und Radfahrer unsere gesamte Aufmerksamkeit erforderten, und wie wir nach der ersten Fahrstunde Schweiss überströmt endlich aussteigen konnten. Und wie es nach jeder Fahrstunde einfacher wurde, wir plötzlich Spass am Fahren bekamen, wie unsere Selbstwirksamkeit stieg, wie wir das Seitenfenster herunterlassen konnten und den Fahrtwind genossen. Und wie wir heute ohne Probleme während der Fahrt telefonieren können und ein Getränk zu uns nehmen.

Wie haben wir das gelernt? Indem wir lernen wollten/mussten, indem wir eine Vision hatten (Freiheit) und indem wir den Anweisungen und Ratschlägen eines geduldigen Lehrers gefolgt sind. Suchen und folgen wir solchen geduldigen Lehrern und vertrauen uns ihnen an, so lange bis wir selber wieder neu Laufen gelernt haben. Denn dann folgt auf das Ausprobieren die letzte Phase:

Die fünfte Phase: Integration

Das, was sich viele ersehnen, dass es «so wird wie früher», ist in dieser fünften Phase erreicht. Allerdings nicht so, wie wir uns das gedacht haben. Es ist so selbstverständlich und leicht wie früher, nur anders. Wir haben erkannt und uns neu erfunden, wir haben ausprobiert, verworfen, wieder ausprobiert und das Beste für uns, unsere Kinder, das Land, die Gesellschaft und die Natur gefunden, lieben und schätzen gelernt. Und wir können uns gar nicht mehr vorstellen, anders zu leben. Wir können uns auch nicht mehr vorstellen, wie wir damals, vor Corona, gelebt haben, in stinkende Auspuffe geatmet, genmanipuliertes Obst und Getreide zu uns genommen und durch Wachstumsbeschleuniger und Hormone gemästete Schweine und Rinder gegessen haben. Wie wir unökonomisch tonnenweise Pflanzen angebaut und sie den Tieren zu Fressen gegeben haben, nur um dann wiederum diese Tiere zu essen. Wie wir in dieser Taucherglocke von Atmosphäre alles darangesetzt haben, den Sauerstoff zu verbrauchen und stattdessen Giftstoffe einzuleiten und einzuatmen. Was haben wir nur mit unserem Grosshirn angestellt, um das überhaupt zuzulassen? Gut, dass wir nun schlauer geworden sind. Ja, es hat Opfer gegeben, ja es war nicht einfach, aber es hat sich gelohnt. Wir, unsere Kinder und unsere Welt sind gerettet, das Virus ist wieder da, von wo wir es vertrieben haben und lebt in Synergie mit Fledermäusen und Affen und kann uns in Ruhe lassen, weil es wieder genug davon gibt.

Liebe Leser der FITNESS TRIBUNE, ich weiss, das oben Geschriebene ist harter Stoff, dem (noch) nicht jeder zustimmt. Ich bin jedoch der festen Überzeugung, dass es in der «neuen Welt» für die Fitnessbranche nicht nur eine Überlebenschance gibt, sondern das körperliches Training so selbstverständlich sein wird wie Zähneputzen. Weil die Menschheit dazu gelernt hat und zu der Erkenntnis gekommen ist, dass Muskeltraining, gesunde Ernährung und die Fähigkeit, seinen Geist sinnvoll einzusetzen, existenziell ist und uns einerseits vom Tierreich unterscheidet, wir uns andererseits aber auch demütig in die Natur integrieren, anstatt sie zu beherrschen versuchen und zu zerstören. Lasst uns nun alles daran setzen und kreativ unsere Branche mit neuen Ideen weiter bringen, damit wir nicht nur überleben sondern daraus wachsen

Quellen

- KÜBLER-ROSS, E. «Interviews mit Sterbenden», Herder Verlag (2014)
- 2. SCHMIDT-TANGER, M. «Veränderungs-coaching», CCC Public (2011)
- GRÜN, A. «»Wege durch die Depression», Herder Verlag (2016)



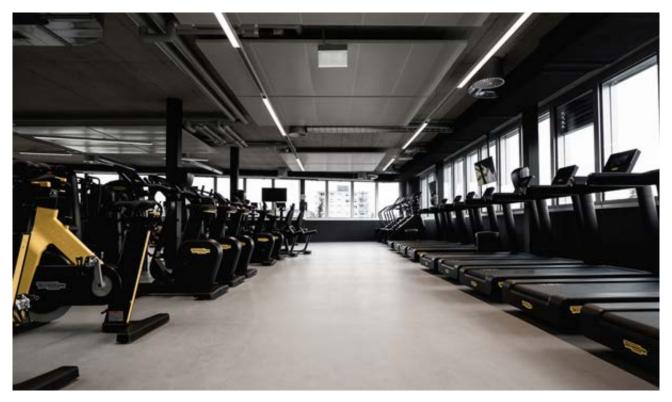
Wolfgang Bahne Diplom Psychologe/ Diplom Betriebswirt

Nach einer Karriere im Hochleistungssport als Athlet und Bundestrainer, gründete, führte und verkaufte Wolfgang Bahne eigene Fitnessstudios, war an diversen Fitnessanlagen beteiligt und arbeitete u. a. im strategischen Marketing von JK-Ergoline. Sein Weg führte ihn auch in die Schweiz, wo er viele Jahre mit Edy Paul (G&P) zusammenarbeitete. In den letzten Jahren baute er die deutsche Filiale einer schwedischen Fitnesskette in Deutschland auf und verantwortete zum Schluss die Expansion des Unternehmens. Zurzeit ist er als Dozent an der Berufsakademie für Fitness und Gesundheit und als Unternehmensberater und Coach tätig.

wolfgang.bahne@gmx.net



Das basefit.ch in Wohlen und neue **Abomodelle**



Das neueste basefit.ch Center in Wohlen liegt äusserst verkehrsgünstig über der Volvo Garage, zwischen Aldi und Lidl, direkt an der Bundesstrasse und verfügt über eine grosszügige Parkplatzsituation. Dieses Center hat es in sich: auf 1570 Quadratmetern auf zwei Etagen — davon 750 Quadratmeter nur für Functional Training und Free Weight — finden die Bereiche Cardio, Strenght (Weight Stacks), Plate Loaded und neu, Live-Groupfitness Platz. Einzigartig ist die Women-Area.

Mehr als 300 Trainingsstationen von Technogym und Medicsport für Functional, Free Weight und Kleinequipment wurden für das neue Center beschafft. Zudem wurde das Center mit modernsten IT-Lösungen von Gantner ausgestattet und mit Möbeln von Atepaa eingerichtet.

Geplant war die Eröffnung eigentlich in der ersten Woche des Jahres 2021, wegen Corona musste diese aber auf den 19. April 2021 verschoben werden.

1) Neues Angebot CORE & PREMIUM Mitgliedschaften

CORE Leistungen:

- Zugang zur basefit.ch-App
- Fitness On-Demand (Zugang zu mehr als 300 Lektionen für das Training von zu Hause)
- Kündigungsfrist: 30 Tage
- Mitgliedschaft pausieren: CHF 25
- Aufnahmegebühr: CHF 20

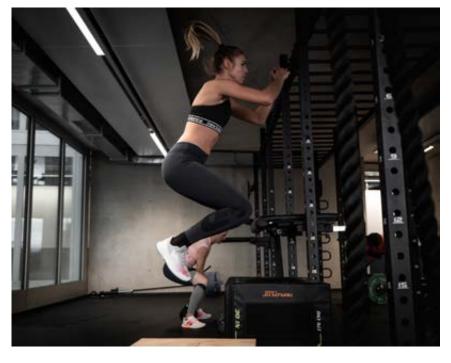
PREMIUM Leistungen:

- Zugang zur basefit.ch-App
- Fitness On-Demand (Zugang zu mehr als 300 Lektionen für das Training von zu Hause)
- Zugang zu allen Clubs
- 1 Freund trainiert gratis am Wochenende
- Kündigungsfrist: 1 Tag
- Mitgliedschaft pausieren (max. 9 Monate): CHF 0
- Aufnahmegebühr: CHF 0

Neues Preismodell

basefit.ch setzt auf ein neues Preismodell. Es werden nicht mehr in allen Clubs einheitliche Preise herrschen. Insgesamt entstanden fünf Preiskategorien pro Laufzeitabo:

- Monatsabos: CHF 29-59 in 5er-Schritten gestaffelt als CORE ABO; pauschal CHF 69 für PRE-MIUM
- Jahresabos: CHF 319—649 als CORE ABO; pauschal CHF 699 für **PREMIUM**



• 2-jahresabos: CHF 559—1139 als CORE ABO; pauschal CHF 1199 für **PREMIUM**

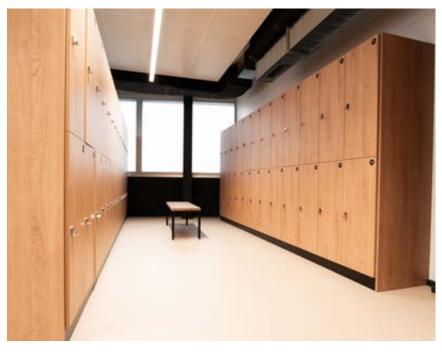
Der Vorteil ist das individuelle Abschöpfen des lokalen Marktpotentials unter Berücksichtigung der individuellen Konkurrenz, Kostenstruktur und weiterer Faktoren.

Ausweitung des Live-Groupfitness **Angebotes**

basefit.ch plant, dass Angebot an Live-Groupfitness massiv auszubauen. Während dieses jetzt bereits in mehr als zehn Anlagen angeboten wird, ist das Ziel per Ende des Jahres, über die Hälfte aller Clubs mit Live-Groupfitness-Angebot ausgestattet sind. Dieses kann als Einzel-Zusatzangebot (Flatrate) für CHF 15 im Monat oder CHF 150 im Jahr dazugebucht werden. Das Angebot umfasst folgende Kurse: BODYPUMP, CXWORX, HIIT, GRIT, BODY-ATTACK, Pilates, Yoga, M.A.X. Training und Zumba. Ab dem dritten Quartal sind auch Spinning Kurse geplant.

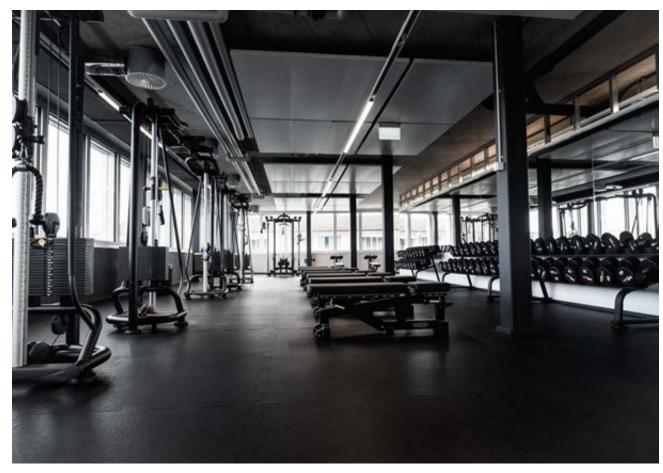
Volle strategische Ausrichtung auf **Monatsabos**

Die Ausrichtung auf flexiblere Mitgliedschaften kann den gesamten Schweizer Fitnessmarkt, in dem immer noch Jahresabos die Benchmark sind, drehen. Doch diese Umstellung erfordert eine äusserst hohe Liquidität. 12 Monatsvorauszahlungen sind eine willkommene



und für einige Anbieter existenziell notwendige Eigenschaft um zu überleben. Die Reputation der Jahresabos hat wegen Corona massiv gelitten: durch Schliessungen während der Shutdowns und fehlende, flächendeckende Kompensation der Anbieter durch kostenlose Trainingszeiten. basefit.ch hat 100 Prozent der Schliessungen als Trainingsgutschrift kompensiert.

Unsere Branche ist ein Saisongeschäft, der Jahresbeginn ist essentiell für das Gesamtjahresergebnis. Ein Neukunde im Januar ist aus reiner Umsatzbetrachtung um das Zwölffache interessanter als ein Mitglied, dass sich erst im Dezember anmeldet. Im Vergleich zum letzten Jahr musste die Branche auf einen starken Januar und Februar verzichten. Der Sommer ist gemeinhin nicht für Neukundenanmeldungen bekannt. Mit zunehmender Impfbereitschaft und verimpften Dosen, werden die aktuellen Massnahmen im Sommer kippen. Umfragen, welche Menschen nach ihrem grössten Verzicht in der aktuellen Pandemie befragten, liste-









ten Reisen ins In- und Ausland auf den obersten Rängen. Ein fehlendes Neujahrsgeschäft und herausfordernder Sommer mit Lockerungen und Menschen, die Ihren Verzicht der letzten fast 1,5 Jahre nachkonsumieren möchten, bringt unsere Branche vor ihre nächste Bewährungsprobe: Wie können wir neue Kunden gewinnen und alte Kunden zurückgewinnen?

12 Monate haben gezeigt, dass Kundengruppen unterschiedlich mit der Pandemie umgehen. So zeigen sich junge Menschen im Alter zwischen 18—35 Jahren weniger risikoavers mit dem Umgang der Pandemie und waren schneller für Fitness zu begeistern, als jene Menschen im Alter ab 50 Jahren bzw. mit Zugehörigkeit zu einer Risikogruppe. In den vergangenen 12 Monader Hauptgrund sich nicht in einem Fitnesscenter anzumelden, nach wie vor der hohe Preis ist. Die Hürde wird umso höher, wenn eine Mitgliedschaft komplett im Voraus zu zahlen ist. Kunden, die bei ihrer Jahresmitgliedschaft komplett in Vorleistung gegangen sind, waren unter Cashflow-Aspekten eine enorme Hilfe für Fitnesscenter. Wie wird sich diese Bereitschaft der Kunden aber zukünftig entwickeln, wenn bereits jetzt feststeht, dass viele Centerbetreiber die Kunden nach dem Lockdown nicht um die Schliesszeit kompensieren werden

bzw. können? Angeheizt von Spotify, Netflix und Co. werden Vertragsmodelle im «hop on, hop off» Stil, immer populärer. Einige Fitnessanbieter haben bereits vor der Pandemie hierzulande ihr Angebot um Monatsverträge ausgebaut. In anderen europäischen Ländern wie UK, NL, FR, DK haben Anbieter mit «no contract» Mitgliedschaften den kompletten Markt von Jahresmitgliedschaften hinzu «hop on, hop off» Modellen bereits in den vergangenen Jahren gedreht. Vor dem Hintergrund, dass Kunden über die Pandemie viele Öffnungen und Schliessungen unser Center miterleben mussten, dürfte mit einer gewissen Skepsis auf Kundenseite zu rechnen sein, was die Bindung an Jahresabon-



Kundensegmentierung und Bedürfnisses vor dem Hintergrund der Pandemie

Das AIDA Model (awareness, interest, desire, action) ist uns allen geläufig, verliert aber an Relevanz, wenn potenzielle Kunden sich auf ihre eigene parallele Reise begegnen, um eine Kaufentscheidung zu treffen. Sie kommen bereits gut informiert ins Fitnesscenter und kennen die Preise der Konkurrenz sowie Reviews und Bewertungen Ihres Geschäftes und Ihrer Gegenspieler. Für die notwendige Recherche aller Informationen investieren Kunden in der Regel mehr Zeit, als das eigentliche Beratungsgeschäft im Center dauert. Vor diesem Hintergrund wird es immer essenzieller seine Kunden und deren Ökosystem zu kennen: Welche Bedürfnisse haben meine Kunden, wo und wann kann ich mit ihnen interagieren und welchen Einfluss hat die Pandemie kurz- und langfristig. Die letzten

ten zählten Fitness@home Anbieter zu den Gewinnern der Krise und konnten viele Neukunden gewinnen. Da die digitalen Anbieter über die notwendige Technologie verfügen und ihnen ebenso die grosse Bedeutung von Kundendaten und deren Nutzungsverhalten klar ist, dürfte davon auszugehen sein, dass diese Anbieter mehr Kundenwissen im letzten Jahr angehäuft haben, als so manches Fitnesscenter im vergangenen Jahrzehnt.

Der Wunsch nach flexibleren Angeboten

Gemäss der European Health & Fitness Market Studie von 2019, herausgegeben von Deloitte, führt der Schweizer Fitness Markt mit 64.20 Euro nach wie vor die Statistik der höchsten Mitgliedsbeiträge an. Fitness ist demnach in der Schweiz weiterhin ein Gut, dass man sich leisten können muss. Kundenumfragen zeigen, dass

Photos by DIEGO MENZI

nements angeht.



Thomas Küttner Managing Director basefit.ch



FITNESSCLUBS SCHWEIZWEIT GESUCHT!

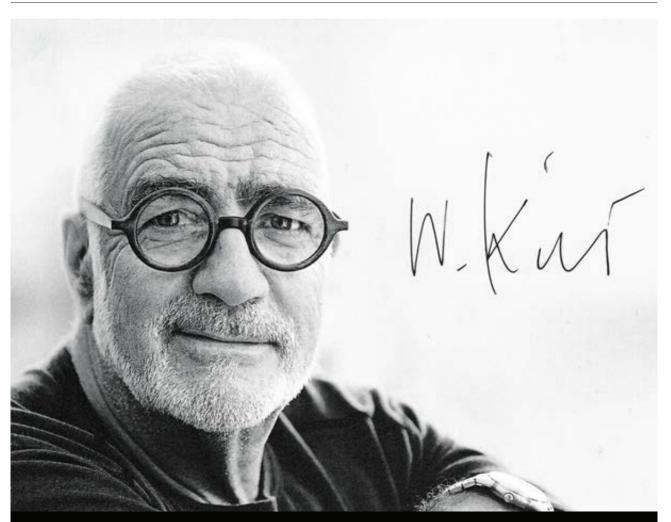
Bereit den Staffelstab abzugeben?

Wir suchen Fitnessclubs zur Übernahme mit folgenden Kriterien:

- Einzugsgebiet mit mindestens 20.000 Personen
- . Ca. 1.000 bis 2.000 m² Grösse

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





Werner Kieser, 18. Oktober 1940 - 19. Mai 2021

Werner Kieser eröffnete 1966 sein erstes Krafttraining-Studio an der Kanzleistrasse in Zürich. Das Unternehmen betreibt heute über 160 Fitnessstudios mit Schwerpunkt in der Schweiz, in Deutschland und Österreich. Werner Kiesers Ehefrau, Dr. med. Gabriela Kieser, ist eine prägende Mitentwicklerin von Kieser Training und verlieh dem gesundheitsorientierten Unternehmen das medizinische Rückgrat.

Werner Kieser erlernte als junger Mann den Beruf eines Schreiners und betrieb in den 50er-Jahren Amateurboxing. In einem Boxmatch erlitt er einen äusserst schmerzhaften Brustfellriss, worauf ihn ein Freund auf die Möglichkeiten des damals noch fast unbekannten Krafttrainings aufmerksam machte. Seine Schmerzen verflogen mit einfachem Hanteltraining innert weniger Tage. Für Werner Kieser war diese Erfahrung der Anstoss, das Krafttraining auch für Freunde — und später Kunden — anzubieten. Zuallererst kaufte er sich ein Buch zum Thema Schweissen, um einfache Hanteln und Metallbänke zu fertigen. Schrittweise baute er das zuerst ausgesprochen einfach eingerichtete Hantelstudio, zu einer Kette mit innovativen Maschinen aus.

2017 verkauften er und seine Frau das Unternehmen an den langjährigen Geschäftsführer Michael Antonopoulos und an Verwaltungsrat Nils Planzer. Bis zum letzten Tag tüftelte er an neuen Kräftigungsmöglichkeiten für den menschlichen Körper, auch für schwer zu trainierende Muskeln wie den Beckenboden, die Fuss-, die Hand- oder die Schultermuskulatur. Die Medien verliehen ihm dabei unterschiedliche Titel, etwa denjenigen des «Rückengurus», des «Rückenpapsts», «Kraftapostels», «Fitnesspioniers» oder — aufgrund seines «Weniger ist Mehr»-Konzeptes — auch des «Mies van der Rohe der Fitness».

Am 19. Mai 2021 stirbt Werner Kieser in seinem Haus in Zürich im Beisein seiner Frau Gabriela an einem Herzversagen.

Ein Spaziergang mit Werner Kieser



RG: Was wären Deine Empfehlungen an die Poli-

WK: Politik — also das Gerangel um die Macht ist nicht geeignet, Änderungen attraktiv zu verbreiten. Änderungen müssen von «unten» kommen, als Moden, Trends und so weiter. Das muss von den Anbietern ausgelöst werden. Statt immer wieder neue Angebote zu kreieren, sollten sie sich auf das konzentrieren, was wirklich einen quantifizierbaren, mess- und sichtbaren Nutzen bringt.

Roger Gestach unterhielt sich am 19. April, genau ein Monat vor seinem Tod, bei einem ausgiebigen Spaziergang mit Werner Kieser:

RG: Lieber Werner, vielen Dank für den Spaziergang. Du hast Dein Unternehmen 2017 verkauft. Was machst Du seitdem?

WK: Ich hatte stets einige «Parallel-Universen»: Bücher schreiben, Philosophie, Literatur, Musik, Kunst, Hunde und noch so einiges anderes. Dazu habe ich jetzt mehr Zeit. Vor Corona hielt ich noch Vorträge über Muskeltraining und die Geschichte des Unternehmens.

RG: Du hast schon vor Jahren gesagt «Wir schonen die Alten zu Tode!». Damals im Zusammenhang, dass viele so genannte Altersbeschwerden ihre Ursache im Kraftverlust haben. Jetzt hast Du dieses Zitat im Zusammenhang mit der Corona-Krise gebracht. Erzähl uns doch bitte mehr zu Deinen Beweggründen.

WK: Noch in den Achtzigerjahren waren die Fachleute der Meinung, dass Krafttraining nach 40 wenig Sinn hat. Diese «Theorie» wurde 1990, durch die Studie der Geriatrikerin Maria Fiatarone gründlich falsifiziert. Eine Gruppe 86- bis 96-Jähriger wurde auf ein Kraftprogramm für die Oberschenkelmuskulatur gesetzt. Die Zuwächse an

Kraft und Muskelmasse waren derart dramatisch (174 %), dass sich die Fachwelt fragte: Wie geht so etwas? Solche Zuwächse erzielen nicht einmal junge Menschen! Ganz einfach: weil die Probanden so schwach waren! Auch diese Alten wurden mit Gehhilfen und gut gemeinter Betreuung buchstäblich schwach geschont. Mit dem Training haben sie die Kraft, die sie einmal hatten, wiedergewonnen. Die Gehhilfen brauchten sie nicht mehr. Bei Krankheiten oder nach Operationen funktioniert die Muskelmasse auch als dringend benötigtes Proteinreservoir. Das Training in solchen Situationen zu verbieten ist schlichtweg Blödsinn.

RG: Der Lockdown und die behördlich verordneten Schliessungen der Fitness- und Gesundheitscenter haben gezeigt, dass Krafttraining nicht systemrelevant ist. Was macht die Branche falsch?

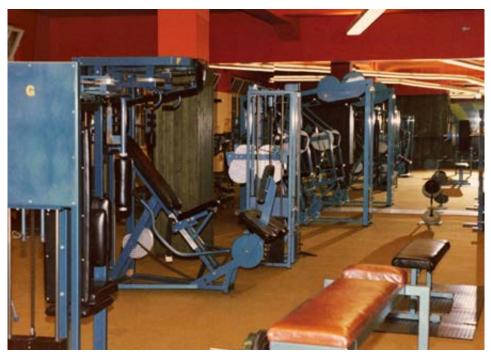
WK: Sie realisiert nicht, welchen Nutzen sie bietet, sowohl für den individuellen Kunden, wie auch für die Volksgesundheit als Ganzes, Das gilt auch für die «Fachleute», deren Wissensrückstand, wie im Wissenschaftsbetrieb üblich, etwa 40 Jahre beträgt. Bei der Dentalhygiene sind wir weiter. Für den Aufbau und die Wartung des Bewegungsapparates geht es wohl noch eine Weile. Wie Max Plank sagte: Fortschritt gibt es, weil die Autoritäten sterben.

RG: Das Magazin «Der Spiegel» nannte Dich den «Todfeind der Orthopäden». Was hat es damit auf sich?

WK: Das war die beste Werbung, die ich in Deutschland hatte. Es meldeten sich unzählige Patienten, die — nach Odysseen von Verfahren — schliesslich im Kieser Training mit einer einzigen Übung ihre Beschwerden loswurden. Natürlich übertreibt hier der «Spiegel», denn schliesslich arbeiten nicht wenige Orthopäden in oder mit den Kieser-Studios. Aber die Reaktion der Gesundheitszunft ist verständlich. Auch die Kliniken kalkulieren ihre Budgets. Und Rückenoperationen haben dabei einen wichtigen Anteil. Das war auch in der Schweiz so. Als meine Frau die erste Praxis für medizinische Kräftigungstherapie betrieb, häuften sich die Absagen von schon geplanten Operationsterminen. Die Leitung einer Zürcher Klinik war dadurch offenbar so genervt, dass sie «Kieser» als «Unwort» erklärte.

RG: In der Schweiz leiden gegen 300'000 Menschen unter chronischen Rückenschmerzen und verursachen Kosten von über zwei Milliarden Franken. Laut Deiner Aussage könnten diese Kosten um 90 Prozent gesenkt werden... Warum ändert sich denn nichts bei den Gesundheitsexperten und in der Politik?

WK: Experten werden von Institutionen ausgebildet oder ernannt (Fachhoch-



Kieser Training zu Beginn

schulen, Universitäten, Verbände usw.) Institutionen folgen stets demselben Prinzip: Abschottung nach aussen, Kontrolle nach innen (Luhmann). Das verhindert Innovation, dient jedoch der Erhaltung der Institution. Darum haben es noch so gute Ideen von «Aussenseitern» schwer, sich durchzusetzen. Meine Erfahrung auf diesem Gebiet habe ich in meinem Buch «Die Seele der Muskeln» festgehalten.

RG: Du bist nach einer Verletzung beim Boxen zum Krafttraining gekommen. Erzähle uns mehr über diese Geschichte.

WK: Das Krafttraining war in den 50er Jahren kaum bekannt, ja es wurde von den «Fachleuten» davor gewarnt: Es mache langsam, unbeweglich und überhaupt sei es nicht gesund (so unser damalige Boxtrainer). Bei meiner Verletzung verordnete der Clubarzt 6 Monate Trainingsund Kampfverbot. Ein zufällig anwesender spanischer Profiboxer meinte, ich solle mit Hanteln trainieren, dann würden meine Atemschmerzen rasch verschwinden. Er machte mit mir ein Training im Keller der Turnhalle, wo sich noch einige angerostete Kugelhanteln aus «Turnvater Jahns» Zeiten befanden. Nach wenigen Trainings waren die Schmerzen weg. Ramon —

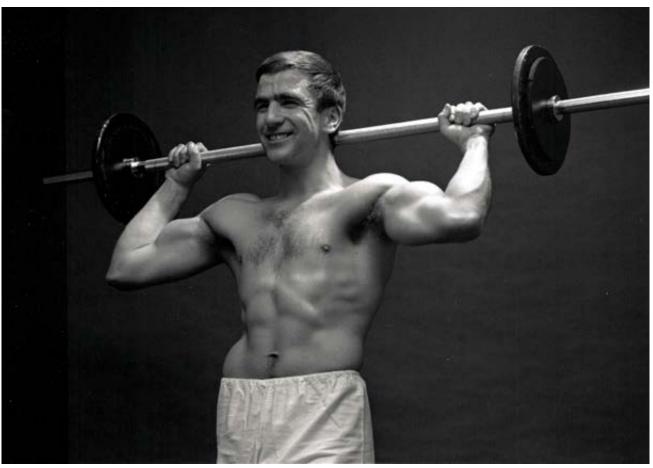
mein «Krafttrainer» ging wieder nach Spanien, Ich war fasziniert ob des «Wunders» der plötzlichen Schmerzlosigkeit. Ich wusste damals noch nicht, dass hohe Muskelspannungen anabole Prozesse auslösen. Und Heilungsprozesse sind anabole Prozesse. Aber auch die sichtbaren Veränderungen meines Körpers faszinierten mich. Ich erkundigte mich in Magglingen nach Ausbildungsmöglichkeiten im Krafttraining. «Krafttraining? Damit haben wir nicht viel am Hut. Aber geh mal zu Werner Hersberger, dem Nati-Trainer der Schweizer Gewichtheber. Die machen da mit Kraft rum.» Werner Hersberger gab mir einen Stapel amerikanischer Kraftsportzeitschriften und sagte: «Vergiss Magglingen. Die Amis sind uns um Jahrzehnte voraus. Mach weiter: Du bist auf dem richtigen Weg». So begann ich meine ersten Geräte aus Alteisen (das Kilo zu 40 Rappen) zu bauen. Eine Fitnessindustrie gab es noch nicht.

RG: Du hattest in einem Interview mal gesagt, dass Du bis heute nicht genau weisst, warum Du erfolgreich warst. Aber Du warst Dir bewusst, wieviel Du Deinen Fehlern verdankst. Gewissheit gebe es nur im Scheitern. Wie bist Du denn gescheitert?

WK: Hier meine erste strategische Fehlentscheidung: Anfang der Siebzigerjahre kam die Fitnesswelle aus den USA zu uns. Nachdem ich fast 10 Jahre eher für, als von meinem Studio lebte, nahm nun mein Kundenstamm von Tag zu Tag zu. Aber auch Konkurrenz tauchte auf. «John Valentine» eröffnete in Spreitenbach und in Zürich die ersten Fitnessclubs. Ich schaute mir diese an: Verchromte Hanteln, Whirlpool, Sauna, Solarien, Saftbar und andere Annehmlichkeiten beeindruckten mich so, dass ich glaubte, da mitziehen zu müssen. Dank dem wachsenden Kundenstamm konnte



Kieser Training heute



Werner Kieser in jungen Jahren

ich mir jetzt Investitionen leisten und richtete eine Sauna ein, bot Massagen und Getränke an und kaufte Solarien. Die Kunden fanden das toll, der Verkaufsumsatz stieg. Nur mir wurde je länger desto unwohler. «Ich habe heute wenig Zeit. Ich gehe nur in die Sauna.» Diesen Satz hörte ich täglich. Und stets dieselbe Antwort von mir: «Wenn du die Sauna richtig machst, brauchst du dafür mehr Zeit als für das Training. Selbst wenn du täglich in die Sauna gehst, wirst du vielleicht sauberer, aber fit wirst du nicht.» Ich wollte. dass meine Kunden und Kundinnen Resultate erzielen und damit eine Referenz für mein Studio darstellen. Aber die lagen ja nur noch herum. Ich kam zur Erkenntnis: Wenn ich den Kunden die Wahl zwischen einem harten, aber produktiven und einem angenehmen, aber wenig produktiven Angebot biete, wählen die meisten das angenehme Angebot. Allmählich reichte es mir. So entfernte ich alle «passiven» Gerätschaften und Einrichtungen. Grosser Protest, ich musste viele Abos zurückzahlen, mein Verkaufsumsatz brach ein. Ein Drittel der Kunden kündigte, die «Richtigen» blieben. In dieser Zeit traf ich auf Arthur Jones, dem Erfinder der Nautilus-Maschinen und des HIT (High Intensity Training).

Er wurde mein wichtigster beruflicher Mentor.

RG: Kieser Training ist in Deutschland am erfolgreichsten. Warum?

WK: Am Anfang lief Deutschland schlecht; Verluste in Millionenhöhe. Es gab schon über 500 Studios in Deutschland. Das spartanische Kieser-Konzept wurde nicht verstanden. Ich sehe sie noch heute vor mir: Eine gepflegte, offensichtlich gebildete Frau kommt in das neue Studio. «Sind Sie der Chef hier?» Ich: «Ja» Sie zeigt in die Runde: «Ist das hier eine Kunstausstellung?» Das Beispiel steht für viele Begegnungen von damals. Die Deutschen hatten eine andere Vorstellung von einem Fitnessstudio. Eine Vorstellung, die eher einer Disco ähnelte, mit Musik, Selbstdarstellung und einer Gelegenheit für Flirts. Viel Aufklärungsarbeit stand bevor. Nach etwa einem Jahr, nach vielen Vorträgen, Presseberichten und Werbung, kippte die Situation: Es gab einen wachsenden Andrang von neuen Kunden. Aber es war nicht die typische Fitness-Klientel, sondern eher etwas ältere, überdurchschnittlich gut gebildete Menschen, wie eine umfangreiche Analyse ergab. In der Branche wurde Kieser Training als «Muckibude»

für Akademiker bezeichnet. Innerhalb von sechs Jahren eröffneten wir über 100 Studios in Deutschland und Österreich

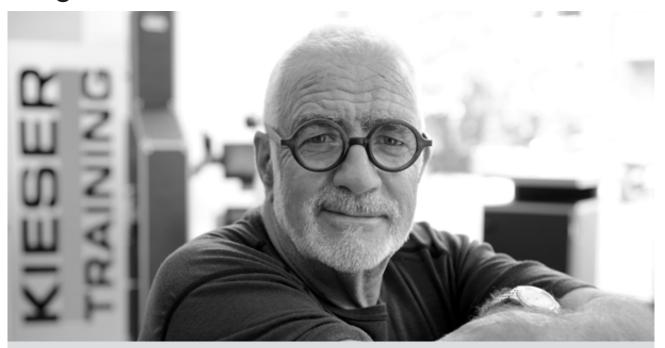
RG: Deine berühmtesten Zitate sind: «Ein starker Rücken kennt keine Schmerzen» und «Der Mensch wächst am Widerstand». Wie ist es zu diesen Zitaten gekommen?

WK: Das war eine Marketing-Überlegung: Ich fragte mich: Was ist das Hauptproblem dieser Zielgruppe, das wir mit unserem Angebot lösen können? Der Rücken! Aber: Muskeltraining ist kein Streichelzoo und keine Modenschau, sondern harte Arbeit. Der Hinweis auf den «Widerstand» verhindert, dass Menschen mit falschen Erwartungen kommen,

RG: Im Frühjahr 2020 hat man in den Medien erfahren, dass du ein Heimtrainingsgerät erfunden hast und es auf den Markt bringen willst. Nun hast Du das Patent für das Gerät erhalten. Erzähl uns mehr über dieses Projekt.

WK: Lieber Roger: Noch nicht. Aber sobald das Gerät in der Produktion ist und du es probiert hast, reden wir darüber.

Biografie



Werner Kieser eröffnet sein erstes Krafttraining-Studio an der Kanzleistrasse in Zürich.

1967 Kieser gründet die Kieser Training AG.

1975 Kieser erhält das Trainerdiplom der Fédération de Culture Physique Suisse. Bis zu seinem Tod publiziert er zahlreiche Artikel und Bücher und hält unzählige Vorträge in den Trainingsstudios, an Sportschulen, Universitäten, Kliniken und Firmenanlässen im In- und Ausland.

1978 Mitte der 70er Jahre erfährt Werner Kieser von der Erfindung der Nautilus-Maschinen. Zu dieser Zeit schwappt die Fitnesswelle aus den USA auch nach Europa über. 1978 besucht Werner Kieser den Erfinder der damals revolutionären Nautilus-Maschinen, den Amerikaner Arthur Jones. Dessen Erfindung war revolutionär: Sie eilte der Fitnessbranche um 20 Jahre voraus. Das Genie Jones wurde zum langjährigen Mentor und Geschäftspartner von Werner Kieser. Seine Studios stattete Kieser als Erster in Europa mit den damals legendären Nautilus-Maschinen aus den USA aus.

1980 bis 1995 vertieft Werner Kieser den Kontakt zu Jones. Er übernimmt die Generalvertretung für Nautilus in Europa. Als Jones mit seiner zweiten Firma MedX-Maschinen auf den Markt bringt, mit deren Hilfe es erstmals möglich wird, die tiefen Rückenstrecker zu testen und zu trainieren, kauft Kieser auch diese.

1990 Die neuen Maschinen werden im ersten Kieser Training-Studio an der Kanzleistrasse in Zürich aufgebaut. Kieser Training startet mit einem revolutionären, ganz auf die Gesundheit ausgerichteten Ansatz unter Federführung von der Gattin Dr. med. Gabriela Kieser.

1996 Der Schweizerische Franchiseverband ernennt Werner Kieser zu seinem Präsidenten, zudem wird Kieser von 2000 bis 2006 Präsident der Kunstschule

2003 Kieser übernimmt sämtliche Rechte von Arthur Jones' Firmen. Fortan entwickelt und produziert Kieser Training alle Maschinen selbst. Die medizinische Kräftigungstherapie treibt er auch mit der fachlichen Expertise seiner Frau voran und erlangt eine führende Stellung auf dem weltweiten Markt für Kräftigungstherapien und -maschinen. Kieser Training besitzt heute zahlreiche Patente für diese Eigenentwicklungen.

Im Alter von 71 Jahren schliesst Werner Kieser sein Studium an der Open University mit dem Mastertitel in Philosophie ab.

Im Rahmen der Nachfolgeregelung verkauft das Unternehmerehepaar Werner und Gabriela Kieser die Kieser Training AG an den Geschäftsführer Michael Antonopoulos sowie an Verwaltungsrat Nils Planzer. Kieser begleitet weiterhin die Entwicklung neuer Geräte und Verfahren und wird als Referent für zahlreiche Veranstaltungen angefragt — eine Tätigkeit, welche zuletzt einzig durch die Covid-Pandemie eingeschränkt war.

Kieser Training unternimmt einen weiteren Innovationsschritt: Bei mehreren Tests und Versuchen stösst Werner Kieser auf die Hypothese, dass sich das Muskelzittern (Tremor) beim Training ohne Gewicht von Training zu Training reduziert. Dies wird zum Auslöser für die Entwicklung einer neuen Maschine der Innovationsabteilung von Kieser Training: die infimetrische Beinpresse ohne Gewichte. Die Geräte sind mittlerweile in sämtlichen Studios installiert und werden von den Kunden sehr geschätzt.

Werner Kiesers Lebenswerk und die Geschichte von Kieser Training werden verfilmt.

Ausgewählte Zitate

«Ein starker Rücken kennt keinen Schmerz.»

«Der Mensch wächst am Widerstand.»

«Krafttraining macht keinen Spass, aber es macht

«Muskeltraining ist wie Zähneputzen - weder spektakulär noch vergnüglich, ganz einfach nur nötig.»

«Es ist allein die Kraft der Muskeln, die uns aufrecht hält

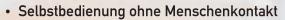
«Dass wir älter werden, lässt sich nicht verhindern, wohl aber, dass wir schwächer werden.»

«Die Alten werden zu Tode geschont.»



Seit Corona investieren Studios in reACT...

Warum?



- Schutzkonzept in separatem Raum während Lockdown
- Sehr kurze Aufenthaltszeit
- Kein Umziehen, Schwitzen und Duschen
- Amortisation durch Zusatzeinnahmen trotz bestehendem **Jahresabo**
- längere Superkompensationszeit dank maschineller Exzentrik reduziert die Trainings-Häufigkeit
- Ganzkörpertraining
- Immunsystemtraining in Kombination mit anderen Angeboten

Mensch viel höhere Kräfte abbremsen als konzentrisch produzieren kann. Dies gilt als eine der besten Trainingsformen. Der reACT-Trainer erlaubt ein hochintensives, exzentrisches Training ohne Belastung der Strukturen. Deshalb ist der reACT das Trainingsgerät für Hochleistungs- und Fitness-Sportler,

> Das reACT-Training, ein echter Paradigmenwechsel im Krafttraining, überzeugt mit begeisternden Resultaten

Exzentrisches Training basiert auf dem Verständnis, dass der

Figurbewusste, Senioren sowie für Reha-Anwendungen.

und sehr kurzen Trainingszeiten.

reACT kommt der neuen Situation entgegen



Neue Standorte mit reACT während der Coronazeit





Grosse Wirkung



Fotografieren und senden an info@fit3.ch Vorname, Name

Ich wünsche-

Informationen über reACT

Informationen über das Corona-Konzept eine Demonstration in Ihrem Showroom in Altendorf SZ

Strasse Nr. PLZ. Ort:

Mobile

Fit3 GmbH | Zürcherstrasse 102 | CH-8852 Altendorf | Tel. +41 58 580 02 02 | info@fit3.ch NaturalFit | reACT Showroom für die Zentralschweiz | Wissenhusen 12 | CH-6247 Schötz LU

Umgang mit neuen Mitbewerbern -Strategien und Tipps



Wenn ein neuer Mitbewerber auf den Markt kommt, löst das bei den meisten Unternehmern viele Ängste aus wie zum Beispiel:

- wie viele Kunden werde ich verlieren?
- kann ich in Zukunft noch überlehen?
- ist der besser als wir?
- usw.

Die meisten verhalten sich eher passiv und resigniert, anstatt sich der neuen Situation zu stellen und aktiv zu werden. In diesem Bericht möchte ich aufzeichnen, dass gerade in so einer Situation die Chance besteht die eigene Firma, den Markt und die eigene Stra-



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, www.edypaul.ch

tegie zu überdenken und sich zu ver-

Analyse des Mitbewerbers

Ein wichtiger Punkt für den Erfolg Ihrer Firma, ist die Konkurrenz genau zu analysieren und zu kennen. Nur so können Sie die beste Strategie für Ihre Firma entwickeln. Stellen Sie sich folgende Fragen:

- Wo sind die Stärken & Schwächen des Mitbewerbers und welche Schlüsse kann ich daraus ziehen?
- In welchen Punkten ist er stärker als wir und welche Möglichkeiten haben wir?
- Besuchen Sie den Mitbewerber und schauen sich sein Angebot genau
- Besuchen Sie ihn als Kunde wie verkauft er sich?

- Marketing:
 - wie ist sein Marktauftritt und seine Positionierung — wie können wir uns von ihm abhe-
 - Analyse seiner Online Aktivitäten - Social Media etc. wo und wie
- Welche Zielgruppe spricht er an in welchem Marktsegment bewegt
- Was können wir von ihm lernen?

Analyse der eigenen Stärken und Schwächen

Nutzen Sie diese neue Ausgangslage sich zu analysieren und zu optimieren – zu einem optimalen Qualitätsmanagement gehört der «Kontinuierliche Verbesserungsprozess», damit sich Ihr Unternehmen permanent neu erfindet und verbessert.

- Wo sind unsere Stärken & Schwächen und welche Schlüsse können wir daraus ziehen?
- Wo sind wir besser?
- Wie können wir uns verbessern?
- Wie können wir uns abheben von
- Macht eventuell eine Kooperation mit ihm Sinn?

Konkurrenz und Marktanalyse

Den Markt regelmässig zu analysieren ist ein absolutes MUSS im modernen Management und sollte fester Bestandteil Ihrer Business Strategie sein. Wir leben in einem permanenten Wandel. Veränderungen und Wandel zu erkennen und lernen damit umzugehen ist überlebenswichtig in der heutigen Zeit



Marktanalyse



- Das richtige Konzept
- zur richtigen Zeit,
- am richtigen Ort,
- mit dem richtigen Personal
- hat immer Erfolg!

«Die einzige Konstante ist Veränderung». Folgende Punkte sollten permanent beobachtet und analysiert werden:

- Was verändert sich in meinem Einzugsgebiet durch den neuen Mitbewerber?
- Wie gross ist das Kundenpotential in unserem Einzugsgebiet?
- Sind wir in einem Wachstumsoder Verdrängungsmarkt?
- Ist unser Produkte-Mix noch konkurrenzfähig?
- Ist unsere Positionierung noch marktgerecht?

Diverse Tipps und Anregungen

Entwickeln Sie mit Ihrem Team eine positive Einstellung zur neuen Ausgangslage.

- Optimieren Sie Ihr Marketing:
 - o Online «Social Media»
 - Positionierung Ihres Marketings «Guerilla Marketing» Strategien überdenken — gute Ideen sind oft wichtiger als ein grosses Budget — handeln sie überra-

schend, spontan, kreativ, cool, frech, unerwartet...

- Konzentrieren Sie sich auf Ihre Stärken.
- Mitarbeiter auf die neue Situation vorbereiten, informieren und im Verkauf schulen — nie die Mitbewerber kritisieren oder schlecht machen, sondern die Vorzüge Ihrer Firma im Verkauf hervorheben.
- Qualität Ihrer Dienstleistung permanent optimieren.
- Optimieren Sie die Kundenbetreuung, damit die Zufriedenheit hoch ist und die Kunden bei Ihnen bleiben

Ich hoffe, dass ich Ihnen einige Anregungen geben konnte, wie Sie mit neuen Mitbewerbern umgehen und sich verbessern können.

Ich wünsche Ihnen viel Mut zum Handeln und wünsche Ihnen viel Erfolg für die Zukunft.

Ihr Edy Paul

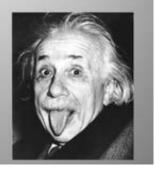
Albert Einstein



Wahnsinn ist
immer wieder das
Gleiche zu
tun und andere
Ergebnisse zu
erwarten.

Die Definition von







ernende sind unsere Zukunft.

Die Lehre zur Fachperson Bewegungs- und Gesundheitsförderungen mit EFZ ist länger «auf dem Markt». Die Branche hat es geschafft, mit der Lehre, dem Fachausweis und der höheren Fachprüfung eine stringente Ausbildungsperspektive zu schaffen. Das ist gut. Es braucht aber noch grosse Anstrengungen der ganzen Branche, damit diese Perspektiven in der Wahrnehmung und Auswirkung positiv sind. In diesem Aufsatz folgt eine persönlich gefärbte Geschichte zu den Erfahrungen mit Lernenden.



Das heisse Telefon im Juni 2020

Ich sitze auf dem Balkon an einem schönen Junitag im letzten Jahr beim Kaffee. Nichts ahnend, was das überraschende Telefonat für Folgen haben wird. Sinngemäss kam folgende Anfrage: «Wir benötigen für das neue Schuljahr an der Berufsschule in Ziegelbrücke mit Beginn im August einen Berufskundelehrer für das Fach Marketing, beinhaltend Marketing und Kommunikation. Bist Du dabei?»



Peter Regli

Peter Regli ist Buchautor, Dozent und Referent. Er doziert an diversen Ausbildungsinstitutionen und bietet Workshops im Bereich 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 seine Website www.peter-regli.ch



Tiefes durchatmen und erste Überlegungen, ob ich das wirklich will. Die Passerelle zur Lehrerlaubnis an Berufsschulen hatte ich ja schon. Erfahrungen im Unterrichten habe ich auch von der Hochschule bis zu den Quereinsteigern zum Fitness-Instruktor/in bei den Klubschulen der Migros. Viele spannende Jahre mit unterschiedlichen Menschen, allerdings in aller Regel in einer Ausbildung auf dem zweiten Bildungsweg. Aber Lernende, diese im Teenageralter stehenden Jugendlichen, welche sich heute sehr früh entscheiden müssen für die erste Berufsrichtung und noch vieles andere im Kopf haben. Ich habe mich für ein überzeugtes ja entschieden, diese Herausforderung anzunehmen.

Vom Dozenten zum Lernenden

In der Vorbereitung und später im Unterricht habe ich die Perspektive des Lernenden eingenommen. Ich wurde selbst wieder zum Lernenden. Grundlagenunterricht nach der obligatorischen Schulzeit ist etwas anderes wie das Unterrichten von Studierenden oder Erwachsenen. Ich bin (wieder) zum Lernenden geworden offen, neugierig und gespannt, was da auch mich zukommen wird.

Die gewerblich industrielle Berufsschule Ziegelbrücke (GIBGL)

«Die Zukunft beginnt bei uns.» Mit diesem Claim wird man auf der Homepage der GIBGL empfangen. Die GIBGL ist eine flexible und innovative gewerbliche industrielle Berufsfachschule, was sie mit der Integration der Lehre zum/zur Fachmann/-frau Bewegungs-/Gesundheitsförderung EFZ bewiesen hat. Rektor Roger Cuennet ist offen für Neues und sehr sport- und bewegungsaffin. Die GIBGL ist mit ihrer Ausrichtung Teil des dualen Ausbildungssystems für junge Menschen, was nicht ausschliesst, dass auch ältere Personen im Rahmen einer Zweit- oder gar Drittlehre hier anzutreffen sind. Sie sieht sich als Partner von Wirtschaft, Lehrbetrieben und den Eltern. «Unsere Aufgabe ist es, junge Menschen zu berufsfähigen, erfolgreichen und gesellschaftsverantwortlichen Persönlichkeiten zu entwickeln. Wir fördern sie gemäss ihren Begabungen und stärken ihren Leistungswillen. Das Bewusstsein für eine gesunde und umsichtige Lebensgestaltung sowie der respektvolle Umgang miteinander sind zentrale Bestandteile der Aufgabenerfüllung.» (Leitbild GIBGL mit Online-Zugriff am 22.5.2021).

Der Standort der GIBGL ist zentral beim Bahnhof Ziegelbrücke, verfügt über einen grossen Parkplatz und eine sehr gute Anbindung an den öffentlichen Verkehr (öV). Die GIBGL besticht durch die architektonische Einheit, platzt derzeit aber aus allen Nähten. Ein Projekt auf einer Nebenparzelle ist in Planung und würde helfen, die etwas in die Jahre gekommene Infrastruktur auf den neusten Stand zu bringen.

In der Branche Sport und Bewegung ist es üblich, sich per Du anzusprechen. An der Berufsschule ist die Regel klar — per Sie und mit Vornamen für mich gegenüber den Lernenden und per Sie mit dem Nachnamen für die Lernenden dem Lehrkörper gegenüber. Für beide Seiten ungewohnt. Man ist anpassungsfähig und niemand regt sich auf, wenn das Du doch einmal für einen Augenblick Überhand gewinnt.

Die Lernenden Fachpersonen Bewegung- und Gesundheitsförderung

Es hat mahnende Stimmen gegeben, ob ich mir das antun will. Von wegen keinen Anstand, kein Interesse oder

«Chillen-Mentalität» der Jugendlichen. Ich darf sagen, nichts davon ist eingetreten.

Klar, nicht alle sind jeden Tag zu 100 Prozent bei der Sache während dem Berufsschulalltag. Das war bei uns genauso. Es gibt in diesem Alter immer etwas, das noch wichtiger ist als der Lernstoff, der gerade vermittelt wird, seit Social Media sowieso. Und bei einigen Lernenden rasselt der

Wecker bereits um fünf Uhr in der Frühe, um pünktlich im Unterricht zu sein. Das gibt lange Tage und kurze Nächte.

Ich habe junge Menschen getroffen, welche sehr interessiert sind, Neues kennenzulernen. Die gespannt zuhören, wenn Interessantes auf sie zukommt. Welche Fragen stellen, durchaus auch Kritische, die mich fordern. Junge Menschen, die hoch anständig sind und sich an die gemeinsamen Spielregeln halten. Wir haben ein wertschätzendes Klima von gegenseitigem Respekt.

Ich verstehe Unterrichten als Zwei-Weg-Kommunikation. Ich lerne täglich von den jungen Menschen neue Dinge, wenn Sie mir «Jugendslang» erklären oder wenn Sie von den Erfahrungen im Betrieb sprechen. Ich habe einige Sequenzen gemacht unter dem Aspekt «eigenverantwortliches Lernen», wo ich als Coach und nicht als Lehrer fungierte. Meine Skepsis war schnell verflogen — die Resultate waren gut bis sehr gut. Die Lernenden sind bereit zu leisten. Viel zu leisten, wenn man ihnen das nötige Vertrauen gibt.

Bildungsplan und ÜK's

In der Welt der Erwachsenenbildung hast Du immer noch viel Stoff am Ende der Zeit. Ein Phänomen, welches ich an der Berufsschule nicht angetroffen habe. Der Bildungsplan ist offen und lässt vieles zu. Der vorgesehene Zeitrahmen ist grosszügig.

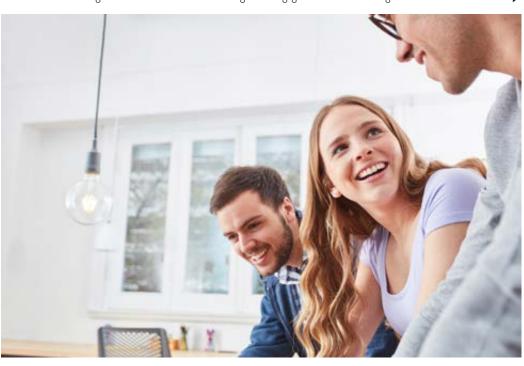
Was neue Möglichkeiten in den kommenden Jahren zulässt, den Unterricht noch spannender und praxisbezogener zu machen. Die Kultur an der GIBGL lässt viel Raum für kreative Ideen. Das schätze ich und die Zusammenarbeit mit dem gesamten Lehrkörper und dem Rektorat sind toll.

Die Rückmeldungen der Lernenden zu den ÜK's sind teilweise zwiespältig oder gegensätzlich. Da gibt es Verbesserungspotenzial auf der inhaltlichen und methodischen Ebene. Eine Lernende hat das so umschrieben: «Eine Art Weiterbildung im Schnelldurchlauf, welche sehr spannend ist.» Das praktische Üben wird dabei besonders geschätzt.

Wenn wir es gemeinsam schaffen, also Lehrbetrieb, Berufsschule und ÜK-Organisation den Lernenden spannende Inputs und Inhalte zu liefern, werden wir motivierte Fachpersonen haben, welche mit hoher Fachund Sozialkompetenz die Lehrzeit abschliessen und die Branche in der Zukunft prägen werden.

Fazit nach einem Jahr Berufsschule

Das erste Jahr ist praktisch zu Ende. Ich freue mich auf weitere Erfahrungen und werde die nötigen Optimierungen vornehmen. Die Lernenden haben mich positiv überrascht, ich konnte mit ihnen zusammen viele spannende Unterrichtsstunden erleben. Wenn dies auch bei den Lernenden so wahrgenommen wird, haben beide Seiten gewonnen.



Fragen an Valentin Lüthi

Valentin (Jahrgang 1993) ist ehemaliger Eishockeprofi mit Stationen in Langnau, Rapperswil, Biel und La Chaux-de-Fonds. Er hat eine Erstausbildung absolviert und war nicht nur Künstler mit dem Eishockeystock, sondern ist es auch mit dem Bleistift als Zeichner.



Warum machen Sie diese Lehre als ehemaliger Profispieler im Eishockey?

Ehrlich gesagt, eher zufällig. Nach vier suboptimalen Hüftoperationen

und dem Beenden meiner Karriere wollte ich zuerst in die Physiotherapie. Nach diversen Gesprächen habe mich dagegen und für die Berufslehre Bewegung- und Gesundheitsförderung entschieden. Hier kann ich die Bereiche Sport und Gesundheit kombinieren.

Welchen Eindruck haben Sie nach (fast) einem Jahr?

Erfrischend. Ich bin sehr positiv überrascht und bin ein grosser Fan dieser Lehre.

Wie beurteilen Sie die Berufskundefächer im ersten Jahr?

Die meisten finde ich sehr spannend und auch sehr informativ. Das Fach Englisch ist in meinem Fall etwas speziell aufgrund der Vorkenntnisse.

Wie beurteilen Sie die ÜK's im ersten Jahr?

Diese müssen halt gemacht werden. Im Grossen und Ganzen bin ich ein wenig enttäuscht. Für mich persönlich waren die Hälfte gut, die andere Hälfte könnte man anders gestalten.

Fragen an Benluca Seiler

Benluca (Jahrgang 2005) ist ein talentierter Skifahrer. Sein grosses Ziel: einmal im Weltcup die grossen Strecken wie beispielsweise das Kuonisbergli in Adelboden fahren zu können. Dafür tut er alles und bringt Sport und Lehre unter einen Hut.



Warum haben Sie sich für diese Lehre entschieden?

Nach dem Schnuppern in einem Gesundheitscenter war für mich klar — ich wollte diese Lehre unbedingt machen. Der wichtigste Grund war aber meine «Ski-Lehre». Ich kann gut und einfach den nötigen Freiraum für das Skifahren beim Ausbildungsbetrieb beantragen. Und kann meine dortigen Erfahrungen in die Lehre übertragen und umgekehrt.

Welchen Eindruck haben Sie nach (fast) einem Jahr?

Eine ziemlich Guten. Ich kann Lehre

und Sport gut kombinieren. Es ist sehr spannend, Menschen zu helfen und zu begleiten bei ihren Trainings; und diese für die Trainierenden interessant zu gestalten.

Wie beurteilen Sie die Berufskundefächer im ersten Jahr?

Ich habe jetzt schon ein viel umfangreicheres Wissen und kann es gut im beruflichen und privaten Leben anwenden. Mit gefallen die Lehrer hier, weil sie den (Leistungs)Sport verstehen, was viele positive Auswirkungen auf meine Skikarriere hat. Ich darf mir Tipps holen und erhalte auf meine Fragen immer eine Antwort.

Wie beurteilen Sie die ÜK's im ersten Jahr?

Wir konnten dort richtig gut an den Geräten arbeiten und üben. Da konnte ich viel für das Arbeiten im Geschäft mitnehmen, aber auch für mein persönliches Training.

Mark Wahlberg wird Investor bei Power Plate



Wahlberg ist wohl einer der sportlichsten Hollywoodstars. Das Power Plate Training, das er auch in Vorbereitungen auf seine Filme nutzte, spielt bei Ihm schon viele Jahre eine zentrale Rolle in

seinem persönlichen Training und seinem, auf Gesundheit ausgerichteten, Lebensstil. Die Power Plate, mit Ihren über 100 verschiedenen Einsatzbereichen, ermöglicht fast allen Menschen ein gesundes und schnelles Training und hat auch Wahlberg überzeugt. Aus diesem Grund ist er nun offiziell in das Unternehmen eingestiegen, um die Zukunft aktiv mitzugestalten. Mark Wahlberg sagt dazu: «Ich bin seit so vielen Jahren ein sehr zufriedener Kunde und sehe, was für ein Potential in der Power Plate steckt. Mit den

neuen, bahnbrechenden Produkten, welche bald bei Power Plate rauskommen werden, will ich dazu beitragen, dass Power Plate weltweit noch viel bekannter wird». Weltweit hat sich das Unternehmen und die Marke unter Top-Athleten, Medizinern und Therapeuten, aber auch im Breitensport als ein effizientes und schnelles Training etabliert und ist weiter auf dem Vormarsch. Dazu sagt der Power Plate CEO Philipp Kontzler: «Mark ist nicht nur ein weltbekannter Schauspieler, sondern auch ein hochprofessioneller Athlet mit einer hohen Glaubwürdigkeit. Ihn bei uns im weltweiten Team zu haben, ist uns eine Ehre und wir freuen uns auf die nächsten Jahre.» Während Wahlberg durch seine weltweite Bekanntheit und seinen Ruf als Fitness-Ikone ein wertvoller Motor für das Mainstream-Bewusstsein ist, wird seine Rolle über den blossen Investor und Botschafter hinausgehen. Er wird auch als aktiver Berater für die laufende Strategie-, Produkt- und Programmentwicklung fungieren.

Power Plate nutzt innovative Wissenschaft und Technologie, um die Bewegung durch Vibration zu verbessern und so die Ergebnisse für Gesundheit, Fitness und Wohlbefinden zu beschleunigen und die Lebensqualität in jedem Alter zu verbessern.

Absage FitnessEXPO 2021 Zürich



ITNESS I LIFESTYLE I SHOWS & STARS I GROUP FITNESS

Aufgrund der Covid-19 Massnahmen Situation und der ungewissen Planungssicherheit für Grossevents, sehen sich die Veranstalter leider gezwungen, die FitnessEXPO vom 21. bis 22. August 2021 abzusagen. Der grösste Fitness Event der Schweiz findet neu am 18. bis 19. Juni 2022 statt. Die Absage schmerzt umso mehr, da der Anlass dieses Jahr erstmals in neuem Gewand und in Zürich stattgefunden hätte. Nach langjährigem Erfolg in Basel, war in der Halle 622 und dem Aussenbereich alles angerichtet für ein neues, einmaliges

In- und Outdoor Konzept. Die Veranstalter sind überzeugt, dass Corona den Outdoor Fitness Trend zusätzlich befeuert hat und dieser eine gute Ergänzung zu den tollen Indoor Fitnesscenter Angeboten ist. Mit dem neuen Konzept wollten die Veranstalter dem Rechnung tragen. Denn eine gesunde Ernährung und körperliche Fitness ist wichtiger denn je.

Riminiwellness verlängert den Sommer



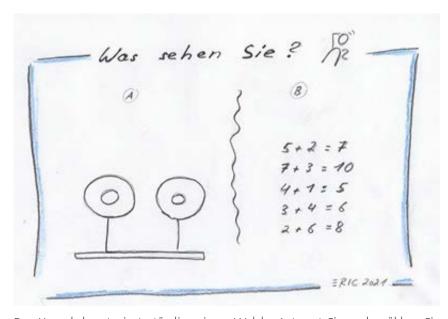
Der Sommer 2021 wird dank der Verlegung von RiminiWellness, der internationalen Messe der Italian Exhibition Group für Fitness, Sport und Wellness, ein paar Tage länger dauern. Die Schlüsselveranstaltung für Tausende von Liebhabern, Sportlern und professionellen Mitgliedern des Sektors, der darauf abzielt, gut zu leben und in Form zu bleiben, gibt neue Termine für ihre mit Spannung erwartete Rückkehr bekannt: vom 24. bis 26. September im Rimini Expo Centre (Italien).

RiminiWellness 2021 kehrt zurück mit ikonischen Vergnügungsmöglichkeiten für Sportler im Fun-Bereich und Business-Matching für die Profis der Branche.



In dieser Kolumne geht es um mentales Gewichtheben. Wahre Fitness trainiert beides. Physische als auch psychologische Muskeln. Viel Spass beim neuronalen Schwitzen.

Wahrheit ist die Erfindung eines Lügners



Der Mensch konstruiert ständig seine eigene Wirklichkeit. Im Leben gibt es deswegen nicht DIE Wahrheit oder DIE Wirklichkeit. Für diese Ansicht biete ich Ihnen zwei Übungen an. Bitte schauen Sie sich die Skizze A* an. Was erkennen Sie?

Hier sind vier mögliche Antworten:

- Zwei Zielscheiben für Schielende
- Zwei Bäume
- Zwei Lollipops
- Zwei Mexikaner, die an eine Wand pinkeln (von oben betrachtet)

Es ist kaum schwierig, bei dieser Aufgabe eine passende Antwort zu finden. Viel schwieriger ist es jedoch, alle oben aufgezählten alternativen Sichtweisen zu finden, obwohl sie uns rückwirkend betrachtet auch plausibel erscheinen. Ein Bild = verschiedene Deutungen. Keine der Sinngebungen ist dabei richtiger als die andere. Sie existieren in einer Ko-Existenz.

Wandern Sie nun bitte mit Ihren Augen zu den fünf Rechnungen (B). Was erkennen Sie hier?

- Eine Rechnung ist falsch.
- Vier Rechnungen sind richtig.

Welche Antwort Sie auch wählen; Sie ist korrekt. Das Problem: Die andere Antwort ist es auch. Auch hier besteht eine Sowohl-als-auch- und nicht eine Entweder-oder-Situation. Sowas ist aber ein Schock für die Freunde des Schwarz-Weiss-Denkens.

Der Kommunikationswissenschafter Paul Watzlawick hat eine Begriffskombination eingeführt, die als gedankliches Geländer, im Leben sehr hilfreich sein kann. Er unterscheidet zwischen Wirklichkeit/ Wahrheit erster und zweiter Ordnung.

Die erste Ordnung ist die Ebene der isolierten Fakten. Zum Beispiel:

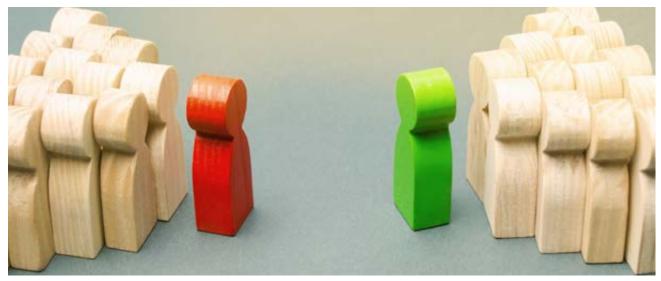
- Haus A ist grösser als Haus B
- Wer 100kg im Bankdrücken schafft, der hat einen stärkeren Brustmuskel als jemand, der nur 60kg schafft.

Die zweite Ordnung ist die Ebene der Sinnbeschreibung und der unterschiedlichen Perspektive.

- Haus A ist schöner/besser als Haus B
- Mit 100kg Bankdrücken ist man fitter für das alltägliche Leben und sieht besser aus.

Die beiden Sätze der zweiten Ordnung sind subjektive Aussagen. Hier befinden wir uns in der individuellen Wirklichkeitskonstruktion. Folgendes gilt es zu beachten: Im modernen Leben geht es vielmehr um die Wirklichkeit der zweiten Ordnung (Sinn- & Wertzuschreibung) als der ersten (Fakten). Das Drama beginnt, wenn wir die Kategorien verwechseln. Also die Wirklichkeit der zweiten Ordnung zu ersten machen. Das eigene Subjektive wird zum allgemeingültigen Objektiven — zur ultimativen Wahrheit — erklärt. Und das ist gefährlich. Wer nämlich meint, er habe die absolute Wahrheit gefunden, der wird oft zum gefährlichen Tier. Denn wenn ich mich im Vollbesitz der Wahrheit wähne, wieso muss ich dann noch diskutieren? Ich weiss ja bereits alles! Kennen wir nicht alle Menschen, die mit einer Ideologie oder mit einem Fitnesswahn vergiftet sind? Und noch wichtiger: Sind wir gerne mit solchen Menschen zusammen?

Wahrheit bedeutet oft Krieg. Und zwar in einer Paarbeziehung als auch zwischen Gruppen. Ein Blick in die Geschichtsbücher zeigt uns deutlich: Die Rede von Wahrheit hatte bereits katastrophale Folgen auf die Einheit der Menschen. Millionen Menschen wurden gefoltert und gemordet, um irgendeine Wahrheitsidee durchzusetzen. So nach dem Motto: Der andere denkt falsch, also muss er sterben. Darüber lohnt es sich nachzudenken. Wer eine Wahrheit — und besonders DIE Wahrheit produziert — der produziert automatisch die Lüge. Es geht gar nicht anders. Wahrheit und Lüge bedingen sich gegenseitig. Wer also von Wahrheit spricht, der erzeugt automatisch die Lüge. Denn die Lüge ist dort, wo der andere es anders sieht. Wenn es nur eine Wahrheit gibt und ich sie in meinem Besitz wähne, dann ist es nur logisch, dass der andere falsch ist, wenn er anders denkt. Ja, er



ist ein Lügner, wenn er meint, er sage die Wahrheit. Der Begriff Wahrheit; er eint die Menschen nicht, sondern er trennt sie. Aus dieser Kategorie des Denkens sollten wir aussteigen, denn in einer komplexen Welt existiert primär die Gewissheit der Ungewissheit.

Die Corona-Krise hat uns die Spaltung zwischen den Menschen deutlich aufgezeigt, wo jede Gruppe dank der eigenen Wahrheitsfindung sich auf der richtigen Seite wähnte. Dann riefen die einen Buh und die anderen Bäh und alle hauten sich gegenseitig die eigene Wahrheit über den Kopf.

Ein Mensch, der mit Inbrunst meint, er habe einen privilegierten Zugang zur Wahrheit, der kann kein Gespräch auf Augenhöhe führen. Das Andersartige und das Unterschiedliche wird dann als inakzeptable Bedrohung, als persönliche Beleidigung oder als Lüge taxiert. Oft kommt noch Arroganz dazu: Der andere (Dummkopf) hat nicht begriffen oder wurde verführt und er merkt es nicht einmal. Die Wahrheitsidee hat also grausame Konsequenzen, denn sie verändert — ja sie vergiftet — die Atmosphäre eines Gesprächs.

Wir Menschen haben unterschiedliches Wissen. Was uns jedoch alle eint, ist unser profundes Unwissen. Auch das konnte man in der Corona-Krise gut erkennen. Niemand wusste im März 2020 genau Bescheid, was genau da auf uns zukam. Deswegen bekam man überall nur vage Hinweise oder pflaumenweiche Antworten. Stellen Sie sich vor, die Politiker hätten gesagt: Wir wissen es nicht. Das wäre für viele ein mentales Erdbeben gewesen. Der Mensch sehnt sich nach der Sicherheit des Absoluten, denn das verspricht

Halt und es entbindet vom eigenen Nachdenken.

Nachdenken; das müssen auch wir in der Fitnessbranche. Es mag sein, dass wir uns für systemrelevant halten. Für die Öffentlichkeit sind und waren wir es in der Corona-Krise nicht. Wenn ich legal ins Bordell gehen kann — wo ich den Körperkontakt suche, nicht aber ins Gym — wo ich den Körperkontakt meide, dann ist das ein deutliches Zeichen.

Wir müssen nachdenken. Immer wieder! In der letzten Ausgabe der FIT-NESS TRIBUNE habe ich gelesen, dass man als 80-jähriger fähig sein sollte, 3—5 Klimmzüge oder 40 Liegestütze zu leisten. Da frage ich mich: Woher wissen die Leute das? Und warum bloss fünf und nicht gleich zehn Klimmzüge? Um nicht missverstanden zu werden: Auch ich bin überzeugt, dass Fitnesstraining hochdosierte Medizin ist, die uns Menschen sehr gut tut.

Doch unsere Wahrheiten — die Wirklichkeit der zweiten Ordnung — sie sind wie die eigene Fitness etwas höchst Individuelles und somit Vielfältiges. Wenn es um Fitness geht, dann neigt man oft dazu, nur an den Bewegungsapparat zu denken. Die soziale als auch die psychische Fitness/Gesundheit gehören aber dazu. Statt einseitig sollten wir besser mehrseitig denken. Der Reduktionismus reduziert den Menschen auf eine biochemische Maschine. Sobald Zahlen und Vorgaben kommen, werde ich stutzig, denn mit Zahlen wird man den Menschen nicht gerecht. Jede Beschreibung in der Wirklichkeit/ Wahrheit der zweiten Ordnung ist immer auch eine Selbstbeschreibung.

Nochmals — weil es so wichtig ist —

wer mit dem Fitnesstraining sein Stück Glück gefunden hat, für den freue ich mich sehr. Doch sterben nicht auch fitte Menschen unter 60, welche zig Liegestütze und Klimmzüge konnten? Und gibt es nicht in jedem Land Tausende von Menschen, die über jeden Zweifel erhaben sind, auch nur einen Klimmzug zu schaffen und dabei weit über 80 Jahre alt werden und das durchaus ansprechend? Im Leben gibt es mehr als nur Vitamine und Myokine. Bitte beachten Sie: Ich denke gar nicht daran, Sie zu überzeugen. Ich will Sie nur mit Irritationen versorgen. Denn Irritation ist kostbar. Und ich will Sie nur einladen, eine andere Sichtweise zu prüfen. Ob Fitness, Religion oder weltliches Dogma: Sich seiner Sache ganz sicher zu sein, heisst nicht mehr nachzudenken. Also nicht mehr zu fragen und nicht mehr zu zweifeln. Wenn das aber geschieht, dann sind wir bereits gestorben, bevor das Herz zu schlagen aufgehört hat. Hm... ist das ein Gewinn?

*die Skizze stammt von Edward de Bono — Die neue Denkschule



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

Schadenersatzbegehren gegen die Schweizerische Eidgenossenschaft – Das **EFD** verweigert Akteneinsicht

Der Arbeitgeber- und Branchenverband SFGV koordiniert und finanziert eine Musterklage gegen die Schweizer Eidgenossenschaft. Die Klage im Auftrag des SFGV wurde eingereicht durch Prof. Dr. iur. Urs Saxer, Rechtsanwalt und Professor unter anderem für Staats- und Verwaltungsrecht an der Uni Zürich, zusammen mit Rechtsanwältin Dr. Daniela Kühne, auch sie Dozentin an der Uni Zürich.



In einer ersten Stellungnahme des Eidg. Finanzdepartement verweigert das EFD der Klägerin eine Akteneinsicht zu sämtlichen internen Entscheid-Dokumenten des Bundesrat in der Zeitspanne Februar 2020 bis und mit Januar 2021 bezüglich der Sachverhaltsabklärung im Bereich der Fitnessbranche zum Corona-Virus und möglichen Massnahmen in dieser Branche. Das EFD schreibt (Zitat): [Die Regierung ist keine Verwaltungsabteilung, sondern ein politisches Organ. Die Meinungsausbildung soll ungestört verlaufen können. Seine Verhandlung und Mitberichtsverfahren sind nicht öffent-

Der SFGV kann die Verweigerung der Einsicht in Unterlagen, welche einschneidenste Massnahmen gegen eine ganze Branche betreffen, weder rechtlich noch politisch nachvollziehen. Der SFGV wird sich entsprechend rechtlich zur Wehr setzten und Einsicht auf anderen Wegen verlangen. Vordergründig bleibt die Frage zu beantworten was das BAG bzw. der Bundesrat zu verbergen hat, wenn die Schliessungen der Fitnesscenter rechtens gewesen sein sollen. Der SFGV ist nach wie vor davon überzeugt, dass die ungerechtfertigte und unverhältnismässige Schliessung der Fitness- und Gesundheitscenter, welche die ganze Branche und die Existenz hunderter KMU's gefährdet, keine wissenschaftliche und faktenüberzeugende Grundlage

Detaillierte Informationen erhalten Sie über www.sfgv.ch



Das Sensopro-Team hat einen neuen Mitarbeiter an der Front

David Wälti ist das neue Gesicht im Sales Team von Sensopro. Seit dem 1. März 2021 unterstützt er das Verkaufsteam tatkräftig und geht zusammen mit Mirjam Bieri und Kaspar Schmocker auf Kundenjagd. Seit zwanzig Jahren ist David in der Sportbranche tätig. Einerseits als ehemaliger Teamleiter bei INTERSPORT

im Bereich «Athletic», anderseits als Mental-, Personal- und Konditionstrainer beim Swiss Para Snowboard Team. Dank seinem breiten Wissen in der Sportbranche und seiner Offenheit für eine neue Aufgabe, ist die Herausforderung an der Front der Firma Sensopro genau das Richtige für

fit+ Studiokette plant bis zu 50 Clubs in der Schweiz – überall im Nirgendwo

Mehr als 100 fit+ gibt es in Deutschland, Österreich, Niederlande, Belgien und der Schweiz inzwischen. Die sind in Orten, die kaum ein Mensch kennt: Gosen, Gerstetten, Grimme, Buttikon und neu in Schmerikon und Einsiedeln. Das personallose Konzept zielt speziell auf den ländlichen Raum in der Schweiz ab.



Ralf Johner, Fitplus Master Schweiz GmbH

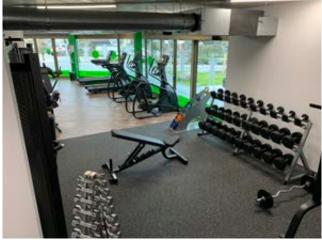
Noch selten war es so einfach, ein Fitnesscenter zu eröffnen: Mit fit+ kann sich jetzt fast jeder den Traum vom eigenen Club erfüllen — personallos und komplett durchdigitalisiert. Dank des personallosen Konzepts, braucht es ab dem Tag der Eröffnung, nicht mehr als eine Putzfrau vor Ort und einen freien Trainer, der kontaktiert werden kann, wenn ein Kunde eine kostenpflichtige Trainingseinheit buchen will. Eine klare Trennung von Hardware (Nutzung des Fitnessclub 365 Tage im Jahr) und Dienstleistung, macht es für die Kunden von fit+ ein-

fach, dass richtige für ihr Training zu finden und das zu einem günstigen und individuell an die Kundenbedürfnisse angepassten Preis. Das System gewährt dem Betreiber damit den nötigen Freiraum, um sich auf das Wesentliche zu konzentrieren: die Kundengewinnung vor Ort.

Der erste Club in der Schweiz wurde im Januar 2020 in Buttikon in der Ostschweiz eröffnet. Obwohl der Club 2020 für mehr als acht Wochen geschlossen werden musste und auch von Ende Dezember 2020 bis zum 18. April 2021 die Türen geschlossen waren, konnten bereits bis November 2020 mehr als 300 Mitglieder gewonnen werden. Der Break-even liegt bei knapp 170 Kunden. Drei weitere Standorte — Schmerikon, Einsiedeln (Eröffnung Ende Mai 2021) und Füllinsdorf (Eröffnung Ende Mai 2021) — sind mittlerweile dazu gekommen, wovon der Club in Schmerikon schon fertiggestellt ist und mit jetzt schon über 150 angemeldeten Mitgliedern, trotz Corona Schliessung, seit dem 19. April 2021 geöffnet hat.

Obwohl die Corona-Krise das eine oder andere Projekt verzögert, plant Ralf Johner zum Jahresende 2021 mindestens 10 Clubs in der Schweiz eröffnet zu haben. Allein vier bis fünf davon wird der deutsche Arzt und Investor Nils Bollinger in der Ostschweiz eröffnen. Gesamt will Dr. Nils Bollinger als Investor 25 bis 30 fit+ Standorte in den nächsten vier bis fünf Jahren eröffnen. Zusammen mit seiner Arztpraxis und der angeschlossenen Physiotherapie ist das die ideale Ergänzung im Portfolio und somit wird der Medical Aspekt in das fit+ Konzept mit integriert. Insofern waren die Corona-bedingten Schliessung nicht so tragisch, da die weiteren Eröffnungen in den Sommer bzw. Herbst geschoben werden konnten und Ralf Johner im Moment gezielt nach neuen Standorten Ausschau hält und auch die Übernahmen von Clubs schon fest geplant sind.





Zum ersten Mal in der Verbandsgeschichte: Eine SFGV-Delegation im Bundeshaus

Gerne wird in dieser Zeit das Wort «Historisch» oft und schnell verwendet. Doch wann ist dieses Wort wirklich angebracht? Ohne Zweifel für den 15. März 2021! Der Tag, an dem der SFGV vom Bundespräsidenten persönlich für ein Gespräch ins Bundeshaus eingeladen wurde.



Roland Steiner (SFGV), Guy Parmelin (Bundespräsident), Claude Ammann und André Tummer (SFGV)

Nach langen und intensiven Bemühungen um dieses Treffen sowie diverser Vorarbeiten, das Einlösen von Gefallen und Netzwerk-Aktivierungen wurde unser Antrag auf ein Treffen mit Herr Bundespräsident Guy Parmelin erhört und bewilligt. Die SFGV—Delegation — Verbandspräsident Claude Ammann, Vize-Präsident Roland Steiner und Vorstandsmitglied André Tummer — konnte sich so am 15. März um 18 Uhr ins Bundeshaus Ost begeben.

In einer Vorbereitungssitzung beschloss der Vorstand folgende Themen zu traktandieren:

- Fitness- und Gesundheitscenter sollen weg vom «Freizeitbereich» neu in den «Gesundheitsbereich» eingegliedert werden.
- Forderung einer einheitlichen Regelung für Härtefallgelder der einzelnen Kantone
- Austausch und Vorstellung der Wirkungs- und Handlungskompetenzen des SFGV bei den einzelnen Departementen.
- Ebenfalls wurde die Thematik der Mietzinserlasse und die lang ersehnte Wiedereröffnung der Center am 19. April 2021 diskutiert.

Punkt 18 Uhr fand sich die Delegation des SFGV im Bundeshaus ein und wurde in einen der grossen Sitzungssäle geführt. Bundespräsident Guy Parmelin und drei seiner Minister folgten einige Minuten danach. Der Bundespräsident eröffnete das Gespräch auf Französisch was uns klar machte, dass es ein intensiver und anspruchsvoller Austausch werden würde. Aus den geplanten 30 Minuten wurde schlussendlich ein fast 75 Minuten dauernder, angeregter Austausch. Die Gespräche wurden sachlich, strukturiert und speditiv in einer ruhigen Atmosphäre geführt. Wir fühlten uns vom Bundespräsidenten und seinen Ministern ernst genommen und es wurde versucht zu den einzelnen Themen spezifische Lösungen zu finden. Auch wurde die Sitzung nicht nach dem offiziellen Zeitplan beendet, sondern es wurden alle unsere Fragen bis zum Eindunkeln in Bern behandelt

Fazit des SFGV über dieses hochrangige Treffen

Eine der wichtigsten Erkenntnisse war sicherlich, dass die Einteilung der Fitness- und Gesundheitscenter nicht von der Schweizer Eidgenossenschaft, sondern von der UNO vorgenommen wird. Dies heisst, wir müssen uns eine andere Strategie erarbeiten, wie wir eine entsprechende Umteilung der Fitness- und Gesundheitscenter schaffen können.

Bezüglich Härtefallgelder sieht der Bundesrat die «Kantons-Problematik» und bietet uns beim Angehen der einzelnen Kantone seine Mithilfe an. Dies ist zwar sehr löblich, wird aber unserer Geschäftsstelle einmal mehr ein gewaltiges Mass an Mehrarbeit bescheren.

Sicherlich am wertvollsten sind die Kontakte und direkte Anlaufstellen, welche uns an diesem Treffen mitgeteilt wurden und welche wir nun in unserer weiteren Arbeit nutzen können.

Für den SFGV war dieses Treffen ein wichtiger Meilenstein, um auch politisch weiterzukommen. Wir konnten eine erste Basis legen, um schneller und effizienter an die Personen zu kommen, die unseren Verband weiterbringen.









Roger A. Gestach

La luce all'orizzonte

Dopo il secondo lockdown, i centri fitness e di salute in Svizzera hanno potuto riaprire il 19 aprile e in Austria il 19 maggio. Al momento di andare in stampa con la rivista, i centri sono aperti in alcuni Länder in Germania, ma non ancora in altri.

Il riscontro alle riaperture in aprile si è molto differenziato nel nostro paese. Secondo la FSCFS, i centri sono attualmente occupati solo al 40 per cento, inoltre la Federazione avverte che si registrerà un'ondata di fallimenti in estate. Le difficoltà sono certamente dovute al lavoro in homeoffice così come all'obbligo di indossare la mascherina, ma naturalmente anche al timore di contrarre l'infezione da coronavirus. Inoltre. sull'onda della pandemia alcuni clienti stanno ancora aspettando di tornare in palestra, tanto più che nel frattempo si sono abituati all'allenamento online, a casa o all'aperto. Il fatto che l'estate è ormai alle porte non è certo di aiuto.

Per fortuna, ci sono anche centri che sono ripartiti meglio, riuscendo ad acquisire nuovi clienti e presentando un tasso di occupazione ben superiore al 40 per cento. Si tratta principalmente delle palestre orientate all'allenamento con i pesi, che si rivolgono a un pubblico più giovane. In altre parole, i centri dove si allenano gli appassionati del fitness. Un fattore positivo è che quest'anno la primavera è stata bagnata. Nel complesso, i centri fitness più orientati alla salute sono stati colpiti in modo più serio dagli effetti della pandemia.

Purtroppo, ci sono centri che saranno costretti a chiudere. Tuttavia. da irriducibile ottimista, da parte mia non credo che si verificherà una grande ondata di fallimenti. L'anno 2021 rimarrà certamente molto difficile e probabilmente passerà alla storia come il peggiore anno finanziario per il settore. Ma quando lo spettro della pandemia si sarà dissolto, l'industria del fitness e della salute uscirà vincente da questa crisi. Dopo tutto, la gente non ha solo bisogno di più esercizio, ma di un allenamento muscolare mirato. In nessun altro contesto è possibile allenare i muscoli in modo così specifico, sicuro, e con una tale efficacia come nei nostri centri. Il modello di allenamento online e a casa rimarrà, ma la sua domanda calerà di nuovo dopo la crisi e le persone saranno felici di incontrarsi di nuovo nei centri fitness.

Per conoscere esattamente lo stato attuale dell'industria del fitness in Svizzera, IG Fitness e la DHfPG stanno conducendo un sondaggio online dal 4 al 18 giugno. L'obiettivo è di rendere più trasparente il mercato del fitness nel nostro paese: come sono strutturati i centri in termini di dimensioni e di posizionamento nel mercato nazionale del fitness? Che ruolo hanno le offerte nel portafoglio di servizi dei centri? Qual è il comportamento dei membri? Non indugiate a partecipare sondaggio! Trovate maggiori informazioni alle pagine 64 e 65.

L'industria del fitness rimane molto innovativa nonostante la pandemia. Ancora una volta c'è tutta una serie di novità degne di nota. Perciò, date un'occhiata alla pubblicità e ai pubbliredazionali. La particolarità di questo numero è che presenta diversi interventi di personalità interessanti. Poco prima che questo numero andasse in stampa, abbiamo ricevuto la notizia che Werner Kieser è morto. Esattamente un mese prima della sua morte, ho potuto passare una giornata emozionante con lui e intervistarlo, uno dei più grandi pionieri della nostra industria.

motto per concludere questo editoriale è molto simile a quello dell'ultimo numero:

"Tenete duro, stanno arrivando tempi migliori!"



Roger A. Gestach

Après le deuxième confinement, les centres de fitness et de santé ont pu rouvrir en Suisse le 19 avril et en Autriche le 19 mai. Au moment où ce numéro de notre magazine allait à l'imprimerie, les centres étaient réouverts dans certains états fédéraux de l'Allemagne et dans les autres pas encore.

Ce nouveau départ en avril s'est déroulé de façon très différente dans toute la Suisse. Selon la SFGV les centres ne tournent qu'à 40 pour cent pour le moment et l'association prévoit une grande perte cet été. Les problèmes sont certainement d'une part le travail à domicile ainsi que le masque obligatoire, ainsi que d'autre part la crainte de se contaminer avec le virus du Corona. De plus, une partie des clients attend encore avant de retourner au centre de fitness et s'est habituée entretemps à s'entrainer en ligne, à la maison et dehors. L'été est à la porte, ce qui n'est pas non plus fait pour nous aider.

Heureusement, il y a aussi des centres qui ont mieux redémarré et ont de nouveaux clients ainsi qu'un rendement de nettement plus de 40 pour cent. Ce sont surtout les centres qui sont orientés vers la musculation et qui s'ad-

Il y a de la lumière à l'horizon

ressent plutôt à des jeunes. Donc, des centres dans lesquels des fans de fitness s'entrainent. Dans ce cas, c'est aussi un avantage que le printemps soit si humide cette année. Les centres de fitness orientés vers la santé subissent les conséquences de la pandémie le plus.

Il y aura malheureusement des centres qui fermeront. Etant optimiste de nature, je ne crois pas qu'il vienne encore une grande vague de déficit. L'année 2021 nous réserve sûrement encore des défis à relever et entrera certainement dans l'histoire en tant que l'année la plus noire au niveau économique de notre branche. Cependant, quand le cauchemar du Corona sera passé, la branche de la fitness et de la santé sortira parmi les gagnants de cette crise. En effet, l'homme n'a pas seulement besoin de mouvement mais aussi d'un entrainement musculaire ciblé! On ne peut nulle part ailleurs s'entrainer de manière ciblée, sûre et efficace que dans nos centres. L'entrainement en ligne et à la maison restera mais la demande reviendra vers l'entrainement ciblé professionnel et de plus, on aime se retrouver au centre de fitness.

Pour se faire une idée exacte de la situation de la fitness en Suisse actuellement, l'IG Fitness fait un sondage en ligne en collaboration avec le DHfPG du 4 au 18 juin. Le but de ce sonda-

ge est de donner plus de transparence au marché de la fitness: Quelle est la structure des centres en matière de taille et le position sur la marché suisse? Quel rôle jouent les différentes offres dans le portefolio des prestations des centres? Quel est le comportement des usagers? Vous devez absolument participer à ce sondage! Vous trouverez des informations à ce sujet sur les pages 64 et 65.

L'industrie de la fitness reste innovative malgré le Corona. Il y a de nouveau beaucoup de nouveautés intéressantes. C'est pourquoi vous devez lire les annonces attentivement. Dans ce numéro, il y a un nombre particulièrement élevé de colonnes sur des personnalités intéressantes. Peu avant la mise sous presse de ce numéro, nous avons appris le décès de Werner Kieser. Un mois exactement avant sa mort, j'ai pu passer une journée passionnante avec lui et interviewer l'un des plus grands pionniers de notre industrie.

C'est pourquoi ma conclusion ressemble beaucoup à celle du dernier numéro: «tenez bon, des temps meilleurs sont en routel»

Votre

Roser Gestad

Annonce











Hereinspaziert!

Fünftes Fitnesscenter Netzwerktreffen der Schweiz auf 1800 Metern über Meer im Waldhotel Arosa.

Die nationale und internationale Fitnessbranche mit Center-Besitzern, Referenten, Experten und Instruktoren, trifft sich im Herbst zu der ultimativen Fitness- und Fun-Woche in den Schweizer Bergen zum Netzwerken und Erfahrungsaustausch.

Vom 07.-09.10.2021 freuen wir im Vier Sterne Superior Waldhotel Arosa, Nr. 1 Event- und Wellnesshotel im Bünderland, Gast zu sein.

Wir bieten im Rahmen des Mountain Move Fitness und Fun Event ein 3-tägiges Netzwerktreffen mit Fachvorträgen für Fitnessinhaber und deren Kader an.

3Tage / 2Nächte

Spezialpreis für Fitnesscenterinhaber

CHF 249.-*

Spezialpreis für Begleitpersonen

CHF 380.-

Verlängerungsnacht pro Person

CHF 190.-

um 3-7 Nächte verlängerbar

* bei Buchung bis 20.06.2021, danach CHF 299.-

Inklusivleistungen:

Waldhotel Halbpension, Superiorzimmer, Netzwerktreffen und Fachvorträge, Porsche Cigar-Night, Group Fitness, Party-Night

Design: Eveline Salzmann Fotografie

BUCHUNG: WWW.MOUNTAIN-MOVE.CH



Porsche Zentrum Zürich präsentiert:



Fünftes Fitnesscenter Netzwerktreffen







Do 07. - Sa 09.10.2021 in Arosa Netzwerktreffen mit Fachvorträgen für Fitnesscenterinhaber und deren Kader

Die Mountain Move 2021 wird präsentiert von:









Inserentenverzeichnis – FT Nr. 192

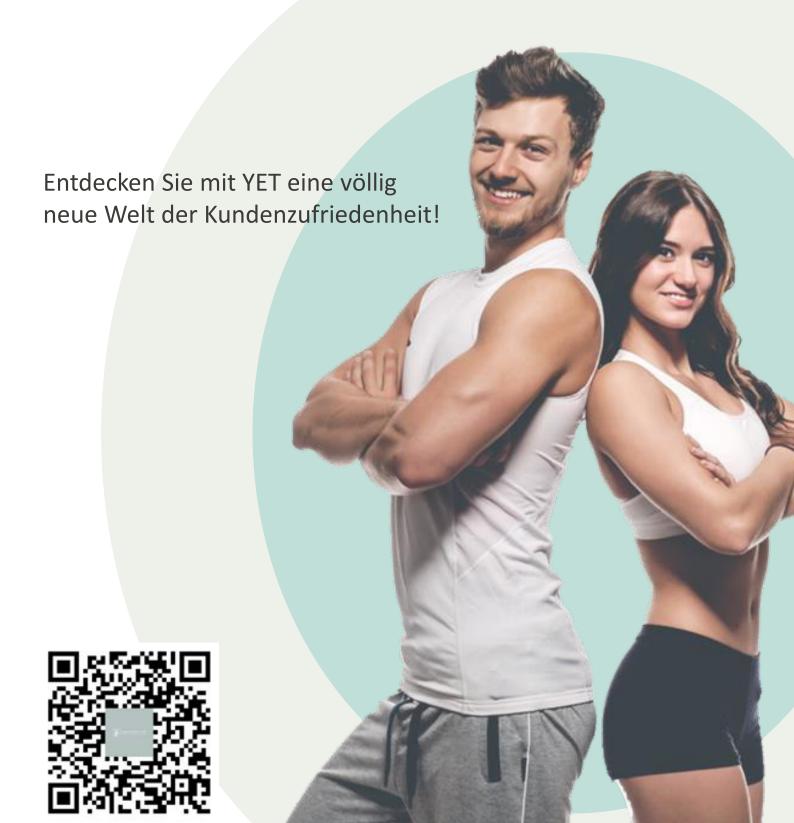
ACISO	51	Johnson Health Tech (Schweiz)	2, 21
ADVAGYM	5	MARKENBERG	31
AernoviR	2	MATRIX	21
Andreas Bredenkamp Seminare	80	milon	10, 11
basefit.ch	103, 123	Morgenroth Spezialbeläge	128
best4health	14	Mountain Move	124, 125
BESTWIPES	62, 63	Myzone	45
BSA-Akademie	57	Neogate	4
cardioscan	31	NUTRIATHLETIC	19
DAVID	77	ONE Training Center	3
Deutsche Sportakademie	42	Porsche Zentrum Zürich	8, 9
DHfPG	57, 59	QualiCert	85
Domitner	77	Raiser	89
EGYM	1, 80, 129	ratio	7
Fimex Distribution AG	43, 73, 130, 132	reACT	109
fit interiors	73	RKS	62, 63
Fit3	109	SAFS	15, 29, 57, 59
five	10, 11	sidea	43
fle-xx	80	Soledor	121
Gantner	4	Starpool	130
gym80	41	Swiss Prävensana Akademie	55
Himmelbach	69	Technogym	132
Himtec	89	the fitness company Handels Gesmb	H 132
HWS Huber Widemann Schule	99	TUM Sports	5
I LOVE FITNESS	111	W & R Fitness- und Wellness-Group	131
InBody	14	YET	127



YOUR EXERCISE TYPE

PERSONALIZE YOUR PERSONAL TRAINING

"WIE PERSÖNLICH IST IHR PERSONAL TRAINING WIRKLICH?"



Messe & Event-Termine:

Deutschland:

8. bis 9. Oktober 2021

Aufstiegskongress, Mannheim

15. bis 18. November 2021

MEDICA. Düsseldorf

17. bis 18. November 2021

ACISO Congress, München

18. bis 20. November 2021

FitnessConnected, München

Österreich:

siehe: www.fitness.at

Schweiz:

3. September 2021

BranchenTag, Bern

7. bis 9. Oktober 2021

Mountain Move Netzwerk, Arosa

19. bis 21. Oktober 2021

IFAS, Zürich

Internationale Messen:

24. bis 26. September 2021

RIMINIWELLNESS, Rimini

4. bis 7. November 2021

FIBO, Köln



Schulen & Verbände:





www.dhfpg-bsa.de



www.dssv.de





www.ig-fitness-schweiz.ch



www.klubschule.ch



www.safs.com





www.sptv.ch





www.swisspraevensana.ch



www.update-akademie.ch

Zeit für die EGYM Experience

Erfolgreiches Training war nie wichtiger als jetzt. Dennoch erreichen bis zu 80 Prozent aller Trainierenden ihre Gesundheitsziele nicht. Das muss nicht so sein!





www.egym.com

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 © 1988-2020 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.

Die FITNESS TRIBUNE erscheint 6-mal jährlich in der Schweiz, Österreich und Deutschland. In der Schweiz und Österreich ist die FITNESS TRIBUNE das führende Fitness Fachmagazin. In Deutschland ist unser Magazin zwar nicht führend, aber trotzdem gerne gelesen. Fordern Sie beim Verlag die Mediendaten an und informieren Sie sich über Auflage, Verteilung und Preise.

Der schweizerische Schriftsatz hat kein Zeichen für ß; es wird "ss" für ß gesetzt

Redaktionsschlussdaten 2021/2022

Ausgabe:	Einsendeschluss für Redaktion:	für Anzeigen:	Erscheinungsdatum:
Nr. 193, August/September 2021	28.06.2021	12.07.2021	1. Woche August 2021
Nr. 194, Oktober/November 2021	23.08.2021	13.09.2021	1. Woche Oktober 2021
Nr. 195, Dezember 2021/Januar 2022	25.10.2021	08.11.2021	1. Woche Dezember 2021
Nr. 196, Februar/März 2022	20.12.2021	10.01.2022	1. Woche Februar 2022
Nr. 197, April/Mai 2022	14.02.2022	07.03.2022	1. Woche April 2022
Nr. 198, Juni/Juli 2022	25.04.2022	09.05.2022	1. Woche Juni 2022

Anzeige



STARPOOL

wellness concept

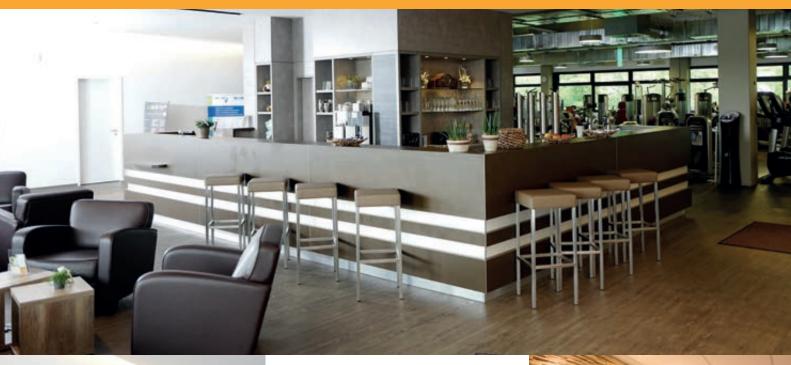






SweetSteam Pro — SweetShower — SweetSauna Pro Schaffen Sie in Ihrer Einrichtung eine Wellness-Oase mit der Starpool Sweet Collection. Fimex Distribution AG | Werkstrasse 36 | 3250 Lyss | 032 387 05 05 | info@fimex.ch | www.starpool.com

IHR KOMPLETTANBIETER IM INNENAUSBAU



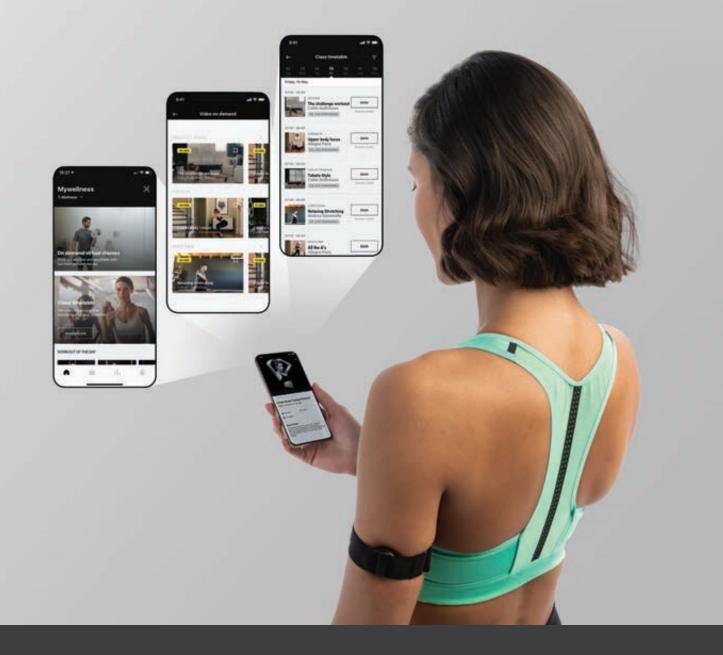








KURSE LIVE UND AUF ABRUF IMMER DABEI



Streamen Sie Live- und On-Demand-Kurse für Ihre Kunden und bieten Sie unvergleichliche Trainingserfahrungen. Mit der MYWELLNESS APP 5.0 können Ihre Kunden jetzt überall und jederzeit an ihren Lieblingskursen teilnehmen.

Es ist Streaming - auf Ihre Weise.

MEHR ENTDECKEN: www.technogym.com/fitnesstribune

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

