



ORF TVTHEK GOES TECHNOGYM

REPORTAGEN • KOLUMNEN • INTERVIEWS

fitnesstribune.com



IN DER
WAHRHEIT
LIEGT
DIE KRAFT.



Bereits seit vielen Jahren in Kliniken und Arztpraxen bewährt, trägt die seca TRU als einzige ihrer Art mit medizinisch validierter Körperzusammensetzungsanalyse zum gezielten Trainingserfolg Deiner Mitglieder bei.

Mach jetzt Dein Studio zum Vorreiter der Medical Fitness: [secaTRU.com](https://www.secaTRU.com)

Jetzt Online-Termin sichern:



secaTRU



Wir sind und bleiben eine Zukunftsbranche!

Nach zwei Jahren Corona-Pandemie stellt sich die Frage, wie gross die Auswirkungen dieses Ereignisses auf die Entwicklung der Schweizer Fitnessbranche tatsächlich sind. Um dies evidenzbasiert zu beantworten, wurden Schweizer Center erstmals zu Themen wie Positionierung, Mitglieder und finanzielle Situation befragt.

Am 6. September 2022 fand die Präsentation der ersten «Eckdaten der Schweizer Fitness-Wirtschaft» statt. Ein bedeutsamer Schritt für die Branche, denn die quantitative Studie schafft Markttransparenz: Wichtige Kennzahlen wie Mitgliederzahlen, Check-in-Zahlen oder Centerstrukturen werden dargelegt, Entwicklungen in der Branche können abgesehen und damit Potenziale von den Akteuren auf dem Fitnessmarkt frühzeitig erkannt und Erfolg bringend genutzt werden. Weiter stellen die «Eckdaten der Schweizer Fitness-Wirtschaft» eine Art «Visitenkarte» für die Branche dar, mit der sie auch gegenüber Interessenvertretern aus Politik und Wirtschaft ihre Relevanz als Zukunftsbranche mithilfe valider Daten unterstreichen kann. Damit trägt die Studie dazu bei, die Akzeptanz der Fitnessbranche in der Schweiz bei unterschiedlichen Interessengruppen nachhaltig zu steigern und ihre Rolle als Gesundheitsdienstleistungsbranche weiter zu festigen. Entsprechend gross war das Interesse bei Vertretern der Branche, aber auch bei den Medien.

Die Daten zeigen, dass im Verlauf der Corona-Krise ein starker Mitgliederrückgang zu verzeichnen war. So reduziert sich die Mitgliederzahl vom 31.12.2020 zum 31.12.2021 um 12,0 Prozent. Im Vergleich zum Vorkrisenwert aus 2019 beläuft sich der Mitgliederverlust sogar auf 17,8 Prozent. Von Dezember 2020 zu Dezember 2021 zeigt sich ein Rückgang der Centerzahl in Höhe von 4,7 Prozent. Die grössten Verlierer sind hier die Center im Einzelsegment, wo sich der Rückgang auf 6,8 Prozent beläuft.

Die jüngsten Entwicklungen auf dem Schweizer Fitnessmarkt zeigen jedoch auch, dass die Schweizer Fitnessbranche ihren Stellenwert als Zukunftsbranche nicht verloren hat – im Gegenteil. Nach vielen Monaten der Schliessung von Gesundheits- und Fitnesscentern kehren die Menschen in diese zurück oder begeben sich erstmalig dorthin, um aktiv einen Beitrag für ihre Gesundheit zu leisten. Die Check-in-Zahlen spiegeln eine Trainingseuphorie nach Wegfall der Corona-Einschränkungen

wider. Trainierten die Menschen 2021 im Durchschnitt 0,87-mal wöchentlich, steigt dieser Wert zum Ende des ersten Quartals 2022 auf 1,28-mal pro Woche. Bei den Mitgliederzahlen ist zum Ende des ersten Quartals 2022 ein Zuwachs von 2,2 Prozent zu verzeichnen. Diese positiven Entwicklungen spiegeln sich auch in einem Optimismus bei den Betreibern: 60,9 Prozent bezeichnen ihre gegenwärtige wirtschaftliche Situation aktuell als (eher) gut, 99,2 Prozent erwarten, dass sich ihre wirtschaftliche Situation innerhalb der nächsten zwölf Monate (eher) verbessern wird. Auch, wenn es noch einige Zeit dauern wird, bis sich die Branche von den Rückschlägen durch die Corona-Krise erholt haben wird, befindet sie sich auf einem äusserst guten Weg zurück zur alten Stärke.

Nach der Erstpublikation 2022 sollen die «Eckdaten der Schweizer Fitness-Wirtschaft» künftig im jährlichen Turnus erhoben werden. Sie legen einen ersten bedeutenden Grundstein, um die Entwicklungen auf dem Schweizer Fitnessmarkt auch künftig verfolgen und durch deren Kenntnis entsprechend auch gestalten zu können. Die hier vorgestellten Zahlen sowie viele weitere Daten und Fakten aus den Eckdaten finden Sie in dieser Ausgabe ab Seite 48.

Wir wünschen Ihnen viel Spass beim Lesen!

Ihr Team der FITNESS TRIBUNE

Anzeige

Wir suchen dich!

Fitness Instructor (m/w/d)

Weitere Infos:
www.migros-gruppe.jobs

ACTIV
FITNESS

HIGHLIGHTS DIESER AUSGABE



INTERVIEW MIT TECHNOGYM ORF
(THE FITNESS COMPANY)

8



INTERVIEW MIT
HANSPETER RUBNER – GYM 80

14



INTERVIEW MIT SIMON HOLDENER

20

Anzeige

WIR DIGITALISIEREN FREIZEITANLAGEN

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

Zutrittskontrolle



Bargeldlose Zahlung



Schranksysteme



RFID-Datenträger



Ihr Digitalisierungspartner

NEOGATE
WIR DIGITALISIEREN FREIZEITBETRIEBE

Mehr Informationen im Web

www.neogate.ch
info@neogate.ch

Kontakt

Neogate AG
Thurgauerstrasse 117
8152 Glattpark

Offizielle Vertretung für

Gantner



NACHBERICHT
SCHWEIZER ABEND, 27.08.2022

32



ECKDATEN SCHWEIZ

48



ERFOLGREICHE POSITIONIERUNG

72



ZEITAUFWAND VS. TRAININGSEFFEKT

84

HI ELBACH



DIE UR KUR

**Lebensqualität
beginnt im Darm**

Das Power-Trio, das unsere Ur-Kur ausmacht, hat alles, was es braucht, um als Regenerator das Verdauungssystem und dein Energielevel wieder auf Touren zu bringen!

Jetzt
informieren
oder direkt
bestellen:
www.urkur.ch



Jetzt Vertriebspartner werden:

Wir suchen Studios, Trainer und Fitnessbegeisterte, die unsere Werte-haltung und unser Qualitätsdenken teilen. Unser Businesskonzept ver-spricht einen lukrativen Zusatzgewinn.



Inhaltsverzeichnis

Editorial	3
Interview Technogym	8
Interview Hanspeter Rubner	14
Interview Simon Holdener	20
Interview Phillip Mills	26
Austria News	28
Advertorial Matrix	30
Schweizer Abend 2.0	32
SAFS News	38 54
Interview Dominic Meier	40
Event News	44
Eckdaten der Schweizer Fitness-Wirtschaft 2022	48
swiss active News	52
Europe News	56
Germany News	58
Education News	60
Health News	62
Eric-Pi Zürcher Kolumne	64
Edy Paul Kolumne	66
Fachartikel Mitarbeiterbindung	68
Fachartikel Positionierung und Standortwahl	72
Fachartikel Ernährung	76
Fachartikel Psychologie	78
Fachartikel Krafttraining	82
Fachartikel Trainingseffekt	84
DHfPG/SAFS News	88
Media News	90
Svizzera italiana	92
Suisse romande	93
Inserentenverzeichnis	94
Termine und Adressen	96
Impressum	98



EGYM

Smart Strength statt Steckgewichte

Der neue Open Modus für EGYM Smart Strength begeistert Einsteiger, Fortgeschrittene und Experten. Ersetze Steckgewichte nahtlos und erschliesse neue Umsatzpotenziale für dein Studio.



Scanne den
QR Code
und erfahre wie.

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

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

EGYM | Rüssenstrasse 12 | 6340 Baar



ORF-TVthek goes Technogym

Trainieren mit Technogym wird jetzt noch spannender, noch interessanter und noch kurzweiliger. Denn mit der ORF-TVthek ist ab sofort die grösste Video-plattform Österreichs auf allen Fitnessgeräten, die mit «Technogym Live» bzw. «Technogym Unity» (ab 2016) ausgestattet sind, abrufbar. Anlässlich der Präsentation im Leondinger Headquarter sprach die FITNESS TRIBUNE mit Gottfried Wurpes (CEO der fitness company group und offizieller Technogym-Distributor in Österreich) und ORF-TVthek-Gründer Prokurist Thomas Prantner über das gemeinsame Projekt und den Mehrwert für die Branche.



Von links nach rechts: Projektleiter Ing. Christian Eder, ORF-TVthek-Gründer Prokurist Thomas Prantner, CEO | fitness company group Gottfried Wurpes und Moderator Ernst Hausleitner

FITNESS TRIBUNE: Mit Ihrer Kooperation haben Sie einen weiteren Impuls für die digitale Transformation und Vernetzung der Branche gesetzt. Welche Synergien und Mehrwerte ergeben sich dadurch für Ihre Unternehmen, die Clubbetreiber und die Trainierenden?

Gottfried Wurpes: Wir sehen diese Kooperation als einen wichtigen Meilenstein sowohl für den ORF als auch für uns. Wir stellen dem ORF aktuell mehr als 25 000 Technogym-Geräte zur Verfügung, die dieser als digitale Plattform für seine TVthek-Inhalte nutzen kann.

Thomas Prantner: Sportlerinnen und Sportler können nun erstmals direkt am Cardiogerät auf die ORF-TVthek und damit auf das gesamte Video-on-Demand-Angebot des ORF zugreifen. Dies bedeutet einen weiteren wichtigen Schritt im Rahmen unserer Multimedia-Strategie, via ORF-TVthek hochwertige TV-Contents auf so vielen wichtigen Plattformen und Devices wie möglich zur Verfügung zu stellen. Ich freue mich deshalb sehr, dass wir mit der fitness company group und Technogym dafür den idealen Partner gefunden haben.

FT: Das hört sich nach einer Win-Win-Konstellation für alle Beteiligten und einer Erweiterung hinsichtlich des digitalen Angebots an. Über welche neuen Angebote dürfen sich die Technogym-Nutzerinnen und -Nutzer freuen?

GW: Pro Tag sind auf den mehr als 25 000 Technogym-Geräten, über die die ORF-TVthek-App per sofort jederzeit abrufbar

ist, rund 220 000 Nutzerinnen und Nutzer aktiv. Der ORF bekommt damit eine grosse zusätzliche Reichweite und kann die Zielgruppe der Fitness- und Freizeitsportler gezielt ansprechen. Technogym wiederum kann seinen Kundinnen und Kunden nun die grösste Videoplattform Österreichs mit dem gesamten Video-on-Demand-Angebot des ORF zur Verfügung stellen. Das bedeutet einen grossen Mehrwert für das digitale Angebot auf unseren Technogym-Plattformen.

TP: Die ORF-TVthek, die pro Monat 1,6 Millionen Userinnen und User erreicht und im Monatsschnitt 12,5 Millionen Visits erzielt, ermöglicht dem Publikum damit die zeit- und orts-unabhängige Nutzung von ORF-TV-Inhalten. Die Videoplattform bietet ein umfangreiches, alle TV-Genres umfassendes Video-on-Demand- und Live-Stream-Angebot und stellt zusätzlich weiterführende kostenlose digitale Serviceangebote zur Verfügung. So stehen u. a. auch zeit- und kulturhistorische Videoarchive zu unterschiedlichsten Themenbereichen bereit. Ergänzend zum tagesaktuellen TV-Programm können Sportlerinnen und Sportler beim Training jetzt auch Langfassungen von Interviews oder unkommentierte Livestreams von Pressekonferenzen, Events usw. ansehen.

FT: So eine gezielte Vernetzung ist sicher kein einfaches Unterfangen. Wie haben Sie diesen Schritt gemeinsam erfolgreich gemeistert?

GW: Die Integration der Videoplattform war für uns in der Tat eine grosse technische und organisatorische Herausforderung. ▶

Wir mussten dafür unsere Cardiogeräte durchgängig neu programmieren. Damit gewährleisten wir, dass auf allen Cardiogeräten mit Unity-Versionen, die seit 2016 auf den Markt gekommen sind, die ORF-TVthek in gleicher Qualität und im gleichen Format abgespielt werden kann. Die entsprechende App wird mit der integrierten Benutzerschnittstelle «Technogym Live bzw. Unity» direkt auf dem Startscreen der Displays präsentiert. Damit sind ORF-TV-Sendungen erstmals auch in vielen Fitnessclubs, Trainings- und Wellnessbereichen von Hotels sowie auch auf privaten Heimtrainingsgeräten on demand abrufbar.

TP: Aufseiten des ORF wurde die Implementierung von Dr. Harald Kräuter, dem Leiter der Direktion für Technik und Digitalisierung sowie dem zuständigen Projektleiter Ing. Christian Eder und seinem Team erfolgreich begleitet. Neben den Technogym-Geräten ist die ORF-TVthek natürlich auch online über TVthek.ORF.at verfügbar. Selbstverständlich kann die App auch alternativ mit allen gängigen Smartphones, Tablets und Smart-TVs in Österreich genutzt werden.

FT: Mit der neuen Kooperation ist das digitale Technogym-Angebot um eine weitere Attraktion reicher und Sie setzen damit in Sachen Individualisierung, Konnektivität und Usability neue Akzente. Wie geht die digitale Reise weiter?

GW: Mit innovativen Ideen und kontinuierlichen Neu-/Weiterentwicklungen wollen wir in Sachen Trainingserlebnis und Personalisierung immer nochmal eine Schippe drauflegen. Dabei stehen für uns immer die individuellen Bedürfnisse unserer Kunden und Partner an erster Stelle. Mit unserer

«Technogym-Live»-Plattform bieten wir der Branche so eine nahezu unendliche Vielfalt an Workouts, On-demand-Kursen und Unterhaltungsinhalten. Diese Inhalte können von überall zu jeder Zeit problemlos über die Technogym-Gerätekonsolen der Cardio-Serie «Excite Live» und über die Mywellness-App abgerufen werden. «Technogym Live» fasst die von Technogym geschützten und von Fitnessclubs erstellten Inhalte zusammen. Alle Inhalte basieren auf den persönlichen Vorlieben, Bedürfnissen und Zielen – von allgemeiner Fitness bis hin zu Gruppentraining, sportlichen Trainingsprogrammen sowie gesundheits- und präventionsorientierten Programmen.

Besonders ins Auge sticht das neue Oberflächendesign der User Interfaces, das für «Technogym Live» völlig überarbeitet wurde. Die User Interfaces überzeugen mit ihrer Übersichtlichkeit, durch die die Benutzer schnell und einfach ihre gewünschten Trainings und Informationen abrufen können. Damit ist die «Technogym-Live»-Plattform eine einzigartige und revolutionäre Trainingserfahrung, die Benutzern die Möglichkeit bietet, im Fitnesscenter, zu Hause und unterwegs auf ansprechende und personalisierte Trainingsinhalte zuzugreifen.

FT: Das klingt nach jeder Menge Trainingsvielfalt und Individualisierung. Und wie steht es um die weitere Vernetzung?

GW: Die neue «Technogym Live»-Konsole enthält eine umfangreiche Inhaltsbibliothek mit von Trainern geleiteten «Technogym Sessions», dem neuen digitalen On-Demand-Training, das für alle Cardio-Produkte verfügbar ist. Die Schulungsvideos sind von unterschiedlicher Dauer und behandeln ver-



Von links nach rechts: LAbg. Bürgermeister Anton Froschauer, Thomas Prantner, Gottfried Wurpes, Chefredakteur & Moderator «OÖ heute» Stefan Hartl und ÖVP-Landesgeschäftsführer Florian Hiegelsberger

schiedene Schulungsschwerpunkte. Darüber hinaus können Benutzer sogenannte Routines ausprobieren, eine Reihe leicht zu befolgender und geführter Übungen mit bestimmten Zielen und Arbeitsbelastungen. Für Benutzer, die ein unkompliziertes zielorientiertes Training bevorzugen, sind die «Routines» die richtige Option – diese Workouts basieren auf Entfernung, Kalorien oder Zeit.

Virtuelle Outdoor-Trainings bieten zusätzlich die Möglichkeit, in die kultigsten und exotischsten Reiseziele der Welt einzutauchen. Schliesslich ermöglicht die «Technogym Live»-Konsole endlose Unterhaltungsoptionen, darunter TV-Kanäle, soziale Medien, Netflix und eine breite Palette von spiel- und nachrichtenbasierten Apps. Mit einer Vielzahl von Optionen und Inhalten hilft «Technogym Coach» – die erste künstliche Intelligenz, die auf Fitness angewendet wird – Benutzern, ihre Trainingserfahrung wirklich zu personalisieren. ■

fitness company group – mit Technogym Marktführer in Österreich

Die fitness company group ist mit der Marke Technogym Marktführer bei der Ausstattung von Fitnessclubs, Hotels, Gesundheitseinrichtungen und Privathaushalten in Österreich. Das Unternehmen ist auch offizieller Technogym-Distributor in Österreich, der Slowakei und Tschechien. Die Mission der fitness company group ist es, den Lebensstil von Menschen fitter, gesünder und vor allem ausgeglichener zu machen. Technogym garantiert allen Kunden ein Höchstmass an Innovation und Kontinuität. Geräte von Technogym sind ihrer Zeit immer voraus. Sie überzeugen nicht nur durch ihre Funktionalität, sondern auch durch ihr ausserordentlich schönes, italienisches Design.



Thomas Prantner und Gottfried Wurpes im Interview mit Ernst Hausleitner



Pressekonferenz am 23. September im Headquarter Leonding der fitness company group

Unbegrenzter Fahrspass. Wann immer Sie sich danach sehnen.

Leben Sie die Faszination Porsche jetzt im Abo mit
exklusivem Rundum sorglos Paket.



#PorscheDriveAbo

Ein Angebot der Porsche Financial Services Schweiz AG
in Zusammenarbeit mit der CARIFY AG.



PORSCHE

Porsche Zentrum Zürich
AMAG First AG
Bernstrasse 59
8952 Zürich-Schlieren
Tel.: 044 305 99 99
Dufourstrasse 182/188
8008 Zürich
Tel.: 044 269 59 59
www.porsche-zuerich.ch



Das war «Kraft trifft Kunst»

Vom 25. bis zum 27. August präsentierte gym80 schon zum dritten Mal seine Kraftmaschinen im Rahmen des Events «Kraft trifft Kunst» in der Züricher Fame Gallery. Im Gespräch mit Hanspeter Rubner von gym80 Schweiz blickt die FITNESS TRIBUNE auf den aussergewöhnlichen Event zurück.

Foto: Marceł Ostrowski



FITNESS TRIBUNE: Hanspeter, wir treffen uns heute in der Fame Gallery, 200 m entfernt von der Züricher Bahnhofstrasse, einer der wohl teuersten Einkaufsmeilen in Europa. Du und dein Geschäftspartner Christian Billinger stellt hier die neuesten Trainingsgeräte von gym80 aus, darunter Einzelstücke in exotischen Farben und mit ausgefallenen Polstern und du gibst den Besuchern der Ausstellung einen Einblick in die Produktion von Geräten zum Muskeltraining. Ist die Fitnessbranche in Öffentlichkeit und Gesellschaft angekommen?

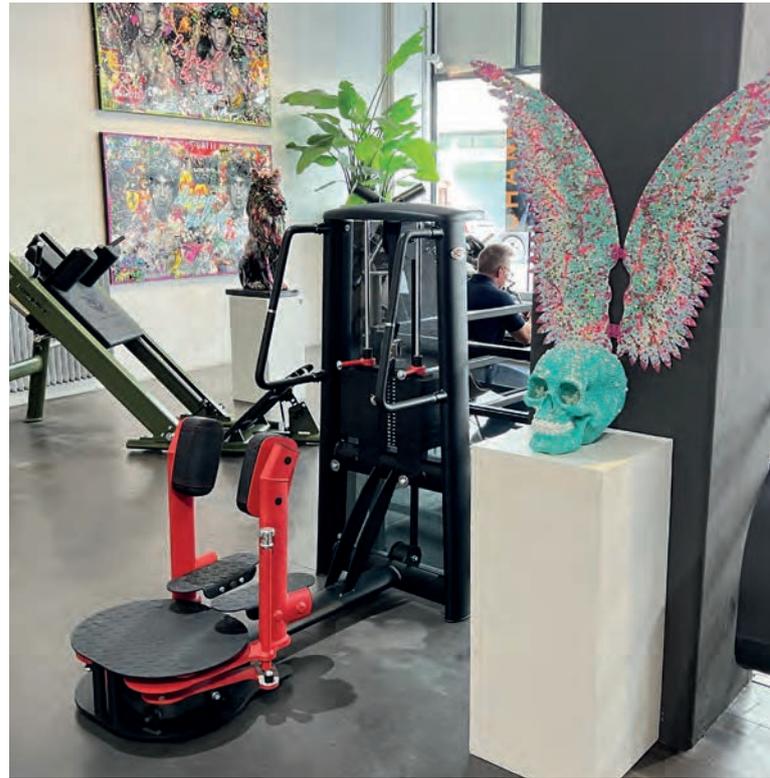
Hanspeter Rubner: Wir veranstalten dieses Format nun schon zum dritten Mal, die Resonanz steigt von Jahr zu Jahr, wir sind definitiv angekommen.

FT: Du bist Jahrgang 64, hast eine Karriere als Bodybuilder, Personal Trainer, Centerleiter, Coach, Dozent, Testfahrer, Berater in der Sportartikelindustrie, als Medienproduzent und wahrscheinlich noch viel mehr, was du mir noch nicht berichtet hast, vorzuweisen. Was verbindet all diese Tätigkeiten?

HPR: Das Verbindende ist, dass ich immer schon meiner Leidenschaft gefolgt bin; meinen Traum und meine Mission verwirklichen wollte. Ich hatte das grosse Glück, mein Hobby zum Beruf zu machen; dafür bin ich sehr dankbar. Muskulatur, pure Kraft, starke Athleten und ihre Leistungen haben mich schon immer fasziniert. Schon als Kind wollte ich stark sein, grosse Muskeln haben und hohe Gewichte bewegen können. Genau aus diesem Grund bin ich schon mit 20 Jahren in die USA, das Mekka des Bodybuildings, ausgewandert. Dafür habe ich sogar mein geliebtes Motorrad verkauft, um das Flugticket nach Los Angeles zu lösen. Am Flughafen angekommen, war meine erste Handlung, nach Venice Beach zu gehen und gleich am ersten Tag in den USA die Trainingsstätten meiner Idole zu besuchen. Um Geld zu sparen, bin ich zu Fuss vom Flughafen dorthin gelaufen. Ich habe die Entfernung ein wenig unterschätzt und knapp vier Stunden für den Weg gebraucht, aber das hat mich damals überhaupt nicht interessiert. Ich war genau dort angekommen, wo ich hinwollte.

FT: Wie waren die ersten Jahre in einem wahrscheinlich fremdartigen Land?

HPR: Es war sehr spannend und jeden Tag aufs Neue bereichernd. Mein Ziel war es, Bodybuilding Stars kennenzulernen, mit ihnen zu trainieren und von ihnen zu lernen. Ich war jeden Tag im Gold's Gym oder im World Gym und an vielen anderen angesagten Adressen, um mit diesen Athleten zu trainieren. Die besten Athleten, natürlich auch Arnold Schwarzenegger, haben immer schon sehr früh am Morgen trainiert, also war ich auch schon ab 06:00 Uhr in der Frühe am Start. Es war die grösste Ehre für mich, als einige meiner damaligen Heroes mich das erste Mal wahrgenommen haben, guten Morgen zu mir gesagt haben oder ich ihnen Hilfestellung beim Training geben durfte. Ab der Zeit war ich einer von ihnen. Über die Jahre sind so viele Freundschaften entstanden. Mit einigen dieser Athleten habe ich sogar zusammengewohnt; dies ▶



war so üblich in dieser Zeit und man konnte sich die meist recht teure Miete teilen. Mein grösstes Idol und mein Mentor war damals der legendäre Serge Nubret, einer der wohl ästhetischsten Bodybuilder aller Zeiten.

FT: Wie ging es dann für dich weiter?

HPR: Mit 23 Jahren ging es wieder zurück in die Schweiz. Damals habe ich mein erstes Fitnesscenter in Graubünden geleitet und meine Mission, das Training, weiterverbreitet. In dieser Zeit habe ich viele Leistungssportler aus anderen Sportarten betreut. Darunter waren sehr erfolgreiche Skifahrer, Eishockeyspieler, aber auch Schwinger, denen ich durch meine Art Kraft zu trainieren zu mehr Leistungsfähigkeit verhelfen konnte. Meine Erfahrungen aus den Trainingsjahren mit den Bodybuildern in den USA konnte ich hier sehr gut einsetzen. Die guten Bodybuilder haben stets sehr individuell und variantenreich trainiert, es wurde viel experimentiert und so hatte ich ein enormes Repertoire an Trainingsmethodik, Techniken und Trainingsvarianten, die erst Jahre später durch die Trainingswissenschaft erforscht und bestätigt wurden.

FT: Heute veranstaltest du diese Ausstellung «Kraft trifft Kunst». Auf 750 m² wimmelt es hier von Kunstwerken aus Stahl, Kunststoff, Leinwand und Lichtinstallationen; bunte Farben, filigrane und detailreiche Bilder und Skulpturen schmücken die Ausstellung. Daneben stehen stählerne Trainingsgeräte, Bizepsmaschinen, Brustpressen, Rudergeräte, Legcurler, Wadenmaschinen oder eine goldene Hackenschmidtmaschine mit einem Bezug vom Stachelrochen und goldenen Nähten. Welche Philosophie steckt dahinter? Was ist die Botschaft von



«Kraft trifft Kunst»? Auf den ersten Blick könnte man sich fragen, ob diese Kombination nicht im Widerspruch steht. Gibt es Übereinstimmungen?

HPR: Wenn du dich darauf einlässt und suchst, findest du unzählige Übereinstimmungen. Beim Muskeltraining ist der menschliche Körper das Kunstwerk, die Maschinen und Gewichte, die Bänke und Hanteln sind die Werkzeuge. An diesem Kunstwerk können alle Altersgruppen gleichermassen arbeiten. Wenn du jung bist, arbeitet der Körper für dich, er wird fast automatisch immer stärker und widerstandsfähiger. Wenn du älter wirst, musst du ihn dazu bringen, seine Fitness und Kraft zu erhalten. Wenn du alt wirst oder bist, arbeitet der Körper gegen dich. Ohne Muskeltraining wirst du automatisch schwächer, erfährst Einschränkungen und kannst dein Leben nicht mehr in vollen Zügen geniessen. Aus diesem Grund ist es so wichtig, insbesondere mit zunehmendem Alter, lebenslang am «Kunstwerk Körper» weiterzuarbeiten. Die Botschaft lautet: Muskeltraining ist die Kunst, ein Leben lang leistungsfähig und gesund zu bleiben, dem Körper regelmässig die notwendigen Entwicklungsreize zu verabreichen, um der Abnutzung und dem Verschleiss entgegenzuwirken und eine hohe Lebensqualität zu sichern. Es ist definitiv eine Kunst, die wir in den Fitnesscentern der Welt zelebrieren. Jeder Mensch kann in jedem Lebensalter in den Genuss dieses Kunsthandwerkes kommen. Genau das ist die Botschaft dieser Ausstellung, genau das ist meine Botschaft und meine Mission.

FT: Im Moment folgen etwa zwölf Prozent der Schweizer Bevölkerung dieser Mission. Wie schätzt du die zukünftige Entwicklung ein?

HPR: Wir haben in den letzten Jahrzehnten eine sehr gute Entwicklung genommen. Heute sind Muskeltraining und Sport allgemein ein fester Bestandteil unseres Lebens geworden. Alle Altersgruppen profitieren davon. Es liegt an uns, die Botschaft weiterzuerweitern und uns ernsthaft und kompetent um die Menschen zu kümmern, die uns anvertraut werden. Hierbei macht die innere Haltung jedes Mitarbeiters im Center den Unterschied. Jeder muss die Bereitschaft mitbringen, stetig dazuzulernen, sich zu qualifizieren und die Kompetenz auf die Kunden zu übertragen. Ich kann von mir behaupten, dass ich meine Leidenschaft zum Beruf machen durfte und ich versuche täglich Menschen durch diese Leidenschaft anzustecken und von Muskeltraining zu überzeugen. Je mehr Menschen wir von dieser Botschaft überzeugen, desto besser wird die Perspektive einer gesamten Branche. Unsere Aussichten sind deutlich besser als zu Beginn meiner Karriere. Das motiviert mich jeden Tag aufs Neue.

FT: Ganz herzlichen Dank, lieber Hanspeter. ■



Über den Interviewpartner Hanspeter Rubner

Hanspeter Rubner, Jahrgang 1964, blickt sowohl auf über 30 Jahre Branchenerfahrung im Bereich Fitness, Bodybuilding und Kampfsport als auch auf eine langjährige Karriere als Personal Trainer zurück.

In der Vergangenheit nahm er selbst als Athlet an Europa- und Weltmeisterschaften teil und ist seit den 90er-Jahren als Veranstalter für diverse Fitness-, Box- und Bodybuildingveranstaltungen aktiv.

DEINE NEUEN TRAININGSWELTEN



SCREENING

**STARTE JETZT
IN DEIN TRAINING
DER ZUKUNFT!**



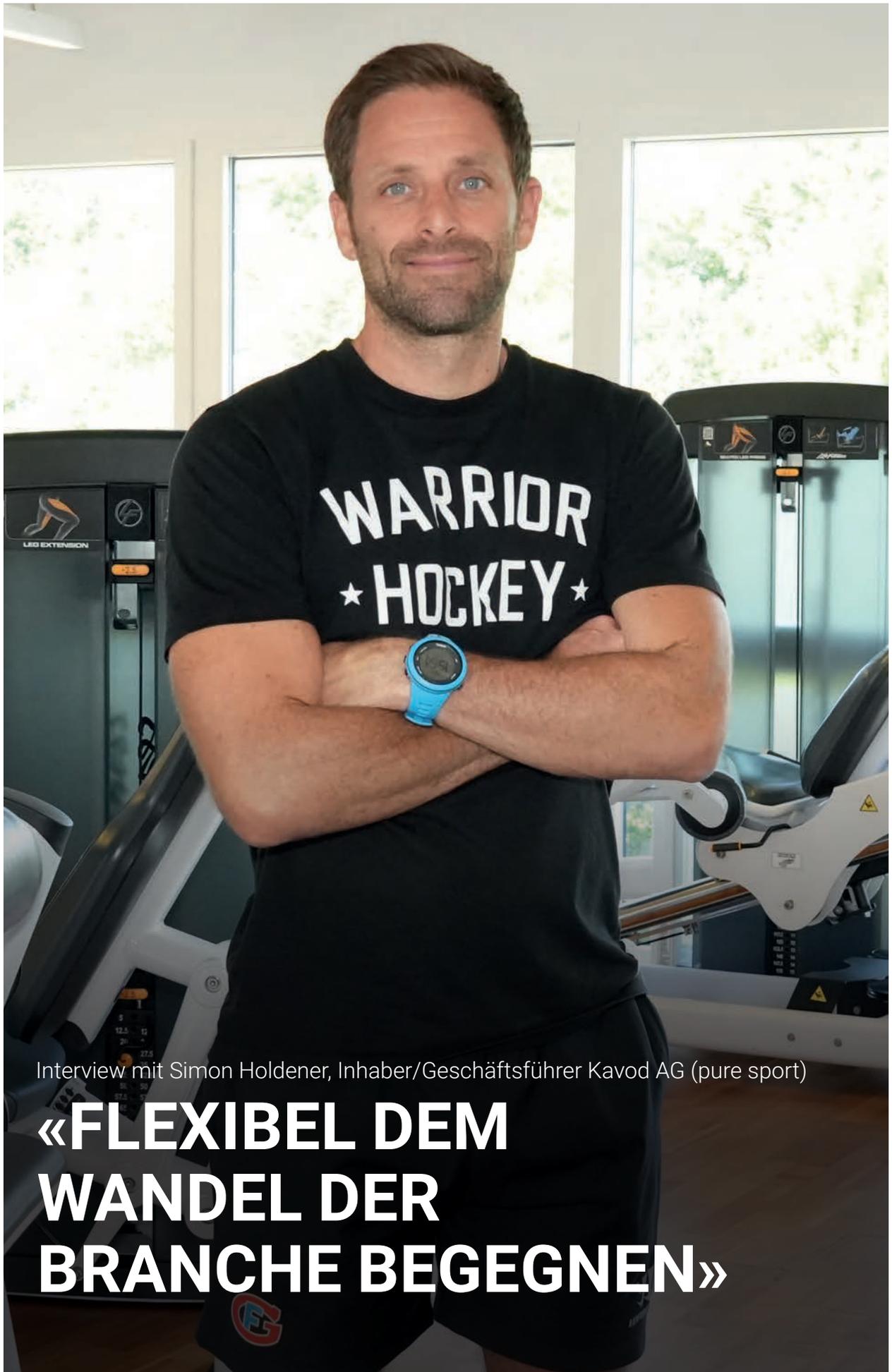
**VIKO-
MOTORISCHES
TRAINING**

BEWEGLICHKEIT

KRAFT



Erfahre hier mehr über die Trainingswelten von milon & five!
www.milongroup.com



Interview mit Simon Holdener, Inhaber/Geschäftsführer Kavod AG (pure sport)

«FLEXIBEL DEM WANDEL DER BRANCHE BEGEGNEN»

Foto: Simon Holdener

Als ehemaliger Unihockey-Spitzen Sportler weiss Simon Holdener genau, wo er bei Profis im Training ansetzen muss. In seinem Fitnesscenter in Bern treibt Holdener Eishockeystars wie Roman Josi, Mark Streit oder Yannick Weber zu Höchstleistungen an. Und diese schätzen seine motivierende und diskrete Art. Seit 2019 ist er nebst seiner eigenen Firma für das Konditionstraining des Eishockeyclubs Fribourg-Gottéron zuständig. Gleichzeitig ist er aber auch bei Privatpersonen, die auf die individuelle Betreuung eines Personal Trainings schwören, sehr gefragt. Denn sein Trainingsansatz geht über die reine Übungsanleitung weit hinaus.

Nicht nur im Training mit Kunden, sondern auch persönlich versucht Simon Holdener über Grenzen hinauszugehen. Vor Jahren erzählte ihm ein Fitnesskunde immer wieder von Malawi, einem der ärmsten Länder der Welt. Nach einiger Zeit war sein Interesse geweckt und er reiste nach Südafrika. Kurzerhand gründete er nach seiner Rückkehr das Hilfswerk «Play Football Malawi», mit dem er Kindern mittels Fussballakademien einen Zugang zu Bildung und Sport ermöglichen wollte. Mittlerweile ist ein Hilfswerk entstanden, das heute Bildung, Gesundheit und Arbeitsplätze im Fokus hat. Die FITNESS TRIBUNE hat Simon Holdener zum Interview getroffen.

FITNESS TRIBUNE: Simon, du warst jahrelang erfolgreicher Unihockeyspieler. Wie bist du zu diesem Sport gekommen und wie ist deine Karriere verlaufen?

Simon Holdener: Eigentlich war es wie bei zahlreichen anderen Kindern auch. Viele aus meiner Klasse haben Unihockey gespielt und so ging ich auch einmal zum Training – und es hat mir gefallen. In dieser Zeit habe ich auch Eishockey gespielt, doch bin ich im Unihockey immer besser geworden und somit weitergekommen. Der Rest hat sich dann mehr oder weniger ergeben.

FT: 2014 hast du in Bern dein eigenes Fitnesscenter gegründet. Was waren deine Beweggründe für diesen Schritt zur eigenen Anlage?

SH: Nach meinem Sportstudium habe ich mich sehr schnell mit pure sport im Bereich Personal Training selbstständig gemacht und mich der Betreuung meiner Kunden gewidmet. Es hat mich jedoch immer etwas gestört, dass ich sehr viel unterwegs war, um meine Kunden betreuen zu können. Diese Zeit unterwegs wollte ich effizienter nutzen. Dann hat es sich so ergeben, dass wir diese Fläche hier in Bern mieten und ein Fitnesscenter eröffnen konnten. Das Schöne daran ist, dass ich nun alle meine Kunden zentral an einem Ort betreuen kann.

FT: Und dies mit der herrlichen Aussicht beim Outdoor-Training von eurer Dachterrasse, das ist schon etwas Besonderes.

SH: Die Lage unseres Centers finde ich nach wie vor top. Es ist toll, im Sommer auch auf der Terrasse trainieren zu können. Den Kunden macht es Spass und es ist eben nicht «08/15».

FT: In deinem eigenen Center bietest du ausschliesslich Personal Training an. Was unterscheidet dabei dein Konzept von anderen?

SH: Ich habe immer versucht, einfache und ganzheitliche Ansätze umzusetzen. Egal ob es sich um einen Spitzensportler im Athletiktraining oder um einen Hobbysportler handelt, ich versuche mittels ganzheitlicher Ansätze von Bewegung und Prävention, über die Supplementierung bis hin zur Ernährung meine Kunden zu einer Verhaltensmusteränderung zu bewegen. Und es soll nicht nur bei einer Kurzintervention bleiben, in der sie kurzfristig hochintensiv oder hochextensiv trainieren und nach kurzer Zeit schon wieder damit aufhören. Dies war sicherlich immer mein Approach, dass das Training ganzheitlich ist und sowohl Psyche als auch die Physis sowie die Ernährung und Supplementierung ebenfalls mit einbezogen wird. Aber es ist schon ein schmaler Grat. Ich stehe für mehr Vitalität, Gesundheit, Fitness und Wellbeing und nicht für Trainings in einem extremen Bereich. So kann ich sagen, dass das Konzept bisher sehr gut funktioniert hat.

FT: Welchen Stellenwert haben – konkret nachgefragt – Kraft- und Muskeltraining in deinem Bewegungsangebot? Und wie schätzt du dabei natürlich auch den Stellenwert von individuellem Training ein?

SH: Ich bin überzeugt, dass eine Kombination von Personal Training mit individuellem Training sehr effizient ist. Es ist ja auch das Ziel, dass der Kunde oder der Athlet nach meinen Anweisungen wieder selbstständiger an sich arbeiten kann. Ebenfalls ist es für den Kunden oder Athleten entscheidend, dass wir als Trainer oder Coach immer wieder neue Reize setzen und neue Impulse überbringen können. Ich persönlich denke, dass man mit einem Coach in jedem Lebensbereich weiterkommen kann. Nicht nur im Personal Training oder im physischen Bereich allgemein.

FT: Bei dir trainiert der 98-Jährige neben Schweizer Eishockeygrössen, die in den besten Ligen der Welt auf dem Eis stehen. Wie wirst du diesen unterschiedlichen individuellen Ansprüchen deiner Kunden gerecht?

SH: Ich fand es schon immer sehr spannend, dass jemand, der schon älter ist, nicht zwingend unfit sein muss. Auch dass man bei älteren Menschen noch ganz viele Ziele setzen und nachhaltig etwas erreichen kann und auch dann noch eine Entwicklung sieht. Und bei Athleten? Klar haben diese oft eine höhere intrinsische Motivation und ganz genaue Ziele. Und trotzdem möchte ich nicht einfach sagen, dass die Arbeit mit Spitzensportlern für mich motivierender war. Ich fand ▶

immer, dass beide Bereiche eine spannende Herausforderung für mich boten.

FT: Inwiefern unterscheidet sich deiner Erfahrung nach das Mindset zwischen Hobby- und Spitzensportlern? Haben Spitzensportler auch mal keine Lust?

SH: Bei absoluten Profis ist es wirklich spannend. Diese können effektiv jeden Tag eine hohe Performance oder zumindest ein hohes Level an Performance erreichen. Der «normale» Trainierende hat da schon mehr Schwankungen in seiner Performance. Vielleicht kommt er mal nicht ins Training, weil er keine Lust oder Motivation hat und so muss ich dann auch mehr Überzeugungsarbeit leisten und ihn motivieren. Der Athlet ist per se oft schon viel intrinsischer motiviert und dadurch auch trainingsmässig dort, wo er hin will, weil er es schafft, täglich auf einem sehr hohen Leistungsniveau zu sein.

FT: Welchen Stellenwert haben qualifizierte Mitarbeiter im People Business für dich?

SH: Da wir bei pure sport vor allem in der Athletik und im Personal Training tätig sind, war es mir immer wichtig, dass die Mitarbeitenden beispielsweise ein Sportstudium, einen Master in Spitzensport oder auch ein Studium in Sportwissenschaften abgeschlossen haben, damit sie ein Verständnis für den Spitzensport aufbringen können und über ganzheitliches Wissen der physiologischen Grundlagen verfügen.

FT: Du hast ausserdem zahlreiche Kooperationen mit Firmen im Bereich BGM und Firmenfitness. Was genau bietest du hier an und wie kommt es bei den Beschäftigten und der Unternehmensleitung an?

SH: Leider haben durch die Pandemie einige Mandate gelitten und die gilt es wieder aufzubauen. Trotzdem sind diese langjährigen Kunden nach wie vor sehr daran interessiert und schätzen es sehr, dass sie ihren Mitarbeitenden die Möglichkeit bieten können, ohne lange Wege ein Fitness- und Gesundheitsangebot zu nutzen. Es ist auch in diesem Bereich entscheidend, dass man von einer kurzfristigen Intervention hin zur Nachhaltigkeit kommt. Das schätzen die Unternehmensmit-

glieder ebenfalls und sie vermissen das Training, wenn es nicht mehr angeboten werden sollte. Sie haben es ja auch während der Pandemie und den damit verbundenen Einschränkungen vermisst, da die Möglichkeit zu trainieren nicht gegeben war. Und genau dies ist auch unser Auftrag: Dass wir etwas vermitteln, das ganzheitlich ist und auch eine Langzeitperspektive bietet – und nicht einfach eine Kurzintervention und nach zwei Monaten haben die meisten schon keine Lust mehr.

FT: Inwiefern hat sich euer Angebot aufgrund der Entwicklungen der letzten Jahre verändert – z. B. bezüglich Outdoor-Training und Online-Stunden? Oder wart ihr von den lockdownbedingten Massnahmen der Regierung nicht betroffen?

SH: Diese ganzen Verordnungswechsel waren natürlich schon sehr anstrengend; und dass man manchmal gar nicht mehr genau wusste, welche Massnahmen nun gelten oder auf den Ausdauergeräten das Training nur mit Masken erlaubt war. Es hat uns wie viele andere Center auch hart getroffen und wir haben sehr viele Mitglieder verloren. Natürlich haben wir versucht, mehrere virtuelle Angebote zu erstellen, sodass unsere Kunden zu Hause trainieren konnten oder haben Outdoor-Training auf unserer Dachterrasse angeboten. Zum Glück war es ja auch so, dass mit bis zu 15 Personen noch ein Gruppentraining stattfinden konnte. Wir haben in dieser Zeit versucht, so flexibel wie möglich zu reagieren und den Betrieb – in welcher Form auch immer – aufrecht halten zu können.

FT: Wie war für dein Unternehmen die Frühjahrs- und Sommersaison 2022 im Vergleich zu den vergangenen beiden Corona-Jahren?

SH: Grundsätzlich hat sich dieses Jahr recht gut entwickelt. Da ich aber das pure fitness per Ende Mai 2022 an meinen langjährigen Geschäftsführer Patric Hirschi verkauft habe, kenne ich die aktuellen Zahlen nicht. Doch gemäss seiner Info ist er zufrieden mit der Entwicklung. Eines ist klar, als kleines Center muss man immer dranbleiben, immer wieder neue Kunden zu gewinnen und die bestehenden in der familiären Beziehung halten und binden zu können, denn dies ist kein Selbstläufer.

FT: Was hatte dich dazu bewogen, das Center zu verkaufen? War Corona ein Grund?

SH: Seit vier Jahren bin ich bei Fribourg-Gottéron als Athletiktrainer im Einsatz. Dazu mit pure sport als eigener Firma, pure fitness und meiner Familie inklusive vier Kindern war es anstrengend, allen Anforderungen gerecht zu werden. Ich wollte nie bewusst verkaufen, doch dann kam Patric proaktiv auf mich zu und hat Interesse gezeigt. Ich wollte das Center auch nicht an eine Kette verkaufen. Ich hatte mir gesagt, wenn sich eine Gelegenheit bietet, dann würde ich einen Verkauf in Betracht ziehen. Ich finde es schön, dass es sich so ergeben hat. Ich bin ja noch immer hier vor Ort mit dem Personal Training. Die Situation seit 2014 und von heute hat sich verändert und wegen meiner Familie und meines Engagements bei Gottéron war es o.k. für mich, das Center zu verkaufen.



Simon Holdener mit Roman Josi und Yannick Weber im Training



FT: Wie ist euer Preiskonzept und haben sich die Kundenansprüche diesbezüglich verändert?

SH: Früher haben wir ganz klassisch Jahres- oder Zweijahresabos angeboten. Doch durch Corona hat sich vieles verändert. Wir mussten einiges anpassen, teilweise auf Einzeleintritte oder auch ein Monatsabo umstellen und wir mussten viel flexibler mit unseren Kunden umgehen. Auch jetzt ist es noch vielmals eine kürzere Abodauer, ein Spezialabo oder auch mal nur ein Monats-Schnupperabo. Natürlich ziehen die Jahres- oder Zweijahresabos wieder an aber die Kunden zögern momentan immer noch eher, ein längeres Abo abzuschliessen, als zuvor.

FT: In der Schweiz sind über 80 Prozent der Bevölkerung noch nicht Mitglied in einem Fitnesscenter. Wie schätzt du das mittelfristige Potenzial zur Mitgliedergewinnung für die Branche und auch für dich persönlich ein?

SH: Ich bin überzeugt, dass wir noch über ein sehr grosses Potenzial verfügen. Aber wir müssen den Menschen die Wichtigkeit des Muskeltrainings näherbringen. Der Mensch wird immer inaktiver und sitzende Tätigkeiten nehmen immer mehr zu. Natürlich wird es für kleine und mittlere Betriebe aufgrund des Konkurrenzdrucks durch die grossen Ketten immer schwieriger, in einem umkämpften Markt neue Mitglieder zu finden. Aber wenn man etwas gut macht, dann bin ich überzeugt, dass man immer Kunden gewinnen kann!

FT: Vor rund zehn Jahren hast du «Play Football Malawi» gegründet. Wie bist du darauf gekommen, ein Hilfsprojekt in Malawi auf die Beine zu stellen?

SH: Während ich meinen Master in Spitzensport gemacht habe, war ich auch an Trainerbildungen im Fussball. Damals hat einer meiner Kunden gesagt, dass ich doch mal nach Malawi reisen soll, um dort Trainerschulungen im Fussball zu leiten. Ich habe dies immer wieder abgelehnt und konnte mir das eigentlich gar nicht vorstellen. Und dann, nach einigen Jahren, war es plötzlich soweit: Ich bin für drei Wochen nach Malawi gereist und habe Fussballausbildungen durchgeführt. Diese Zeit hat mich so nachdenklich gestimmt, dass ich nach meiner Rückkehr mit meiner Familie zusammen einen Verein gegründet habe. Das Ganze hat sich dann «step by step» über



Fussballakademien, Nothilfprojekte und Kindergärten entwickelt. Heute haben wir sogar ein Fitnesscenter in der Hauptstadt Lilongwe und wir haben zahlreiche Projekte, in denen wir viel Gutes tun für Menschen, die in irgendeiner Weise benachteiligt sind – sei es in Form von mangelnder Bildung, medizinischer Unterstützung oder auch im Bereich von Nahrungsmitteln. Klar, es ist eine ganz andere Welt dort, aber es ist auch immer wieder schön, diese Brücke schlagen zu können und dort ein ganz anderes Lebensgefühl zu sehen.

Nach zehn Jahren decken wir viele Tätigkeitsbereiche ab. Wir haben auch eine Stiftung gegründet, von der die «Play Football Malawi» nun ein Bereich geworden ist. Die Stiftung ist vor allem in der Frühbildung und im medizinischen Bereich aktiv.

FT: Wie häufig bist du selbst in Malawi vor Ort?

SH: Leider bin ich mit meinem Engagement bei Fribourg-Gottéron nicht mehr so flexibel. Aber ich war diesen Sommer dort und bin fast täglich in Kontakt mit den Mitarbeitenden. Und ich denke, es wird auch die Zeit kommen, in der ich wieder häufiger dort sein kann. Während der Pandemie war es sowieso schwierig, aber ich versuche, einmal im Jahr nach Malawi zu reisen, um die laufenden und auch neue Projekte begleiten zu können.

FT: Vielen Dank für die spannenden Einsichten, Simon! ■



Über den Interviewpartner Simon Holdener

Simon Holdener spielte über 20 Jahre Unihockey, davon 13 Jahre in der Nationalliga A bei Floorball Köniz, Wiler Ersigen und GC Zürich. Er war nicht nur als Spieler aktiv, sondern auch bei mehreren NLA-Teams als Athletiktrainer im Einsatz. Holdener hat einen Master of Science im Elite Sport und ist Sportprofessor der EHSM in Magglingen. Bekannt als Personal Trainer von Roman Josi und Mark Streit mit seiner eigenen Coachingfirma pure sport, ist er seit April 2019 Athletiktrainer beim HC Fribourg-Gottéron. Er ist verheiratet und Vater von vier Kindern.
www.pure-sport.ch
www.zikomofoundation.org

MAKE

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

Jetzt haben Sie die Wahl!



MATRIX

YOUR CHOICE

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



  | [matrixfitness.eu](https://www.matrixfitness.eu)

Johnson Health Tech. GmbH | Europaallee 51 | D-50226 Frechen | Tel: +49 (0)2234 9997 100
Johnson Health Tech. (Schweiz) GmbH | Riedthofstr. 214 | CH-8105 Regensdorf | Tel: +41 (0) 44 843 30 30
Zweigniederlassung Österreich | Mariahilfer Straße 123/3 | A-1060 Wien | Tel: +43 (0) 664 23 506 97



Interview mit Phillip Mills über die Zukunft der Branche

«Wir müssen von Boutique-Konzepten lernen»

LES MILLS Executive Director Phillip Mills sprach mit der FITNESS TRIBUNE über die Perspektiven der internationalen Fitnessbranche und die nächste Generation von Fitnessclubmitgliedern. Im exklusiven Interview erläutert er seine Einschätzung zu den Zielgruppen der Zukunft und zeigt, wie Centerbetreiber diese optimal ansprechen können. Boutique-Konzepte nehmen dabei eine Schlüsselrolle ein. Phillip Mills erklärt, was der Markt von ihnen lernen kann.

FITNESS TRIBUNE: Die Fitness- und Gesundheitsbranche muss sich mit einer neuen, jungen Generation von Centermitgliedern auseinandersetzen. Wie nehmen Sie diese Zielgruppe wahr?

Phillip Mills: Wir müssen uns ansehen, was die Menschen im Moment wirklich wollen – dadurch erlangen wir eine Reihe wichtiger Erkenntnisse. Eines davon ist, was der Markt momentan eigentlich braucht. Unser Markt besteht aktuell zu mehr als 80 Prozent aus Millennials und der Generation Z. Die Millennials sind Jahrgang 1980 bis 1999, also etwa zwischen 20 und 40 Jahre alt. Sie sind das, was wir früher als junge Menschen bezeichnet haben – das ist heute anders.

Millennials mögen Boutique-Fitness. In den USA nutzen 50 Prozent der Millennials Boutique-Konzepte als Teil ihres Trainingsprogramms. Vielleicht sind sie parallel auch Mitglied in einem traditionellen Center oder einem Mehrzweckclub, aber 50 Prozent nutzen Boutique-Fitness als Teil ihrer Trainingsroutine und bezahlen dafür viel Geld. Sie geben für einen einzigen Kurs so viel aus wie die meisten Menschen für eine ganze Monatsmitgliedschaft.

FT: Wie können Centerbetreiber ein Boutique-Fitnesskonzept etablieren und so höhere Einnahmen pro Mitglied erzielen?

PM: Wir spüren, wie sehr bestimmte Zielgruppen das Angebot von Boutique-Konzepten schätzen. Boutique-Center bauen wirklich Kernmarken auf. Center müssen eine coole Marke verkörpern, damit sie für diese Zielgruppe attraktiv sind. FOMO (= Fear of missing out) ist eine zielführende Strategie, um Millennials zu erreichen, wobei Marketing und soziale Medien eine wichtige Rolle spielen. Dort werden Communities aufgebaut. Die Menschen mögen die Gemeinschaft – und das ist etwas, worin wir immer besser werden können. Sie brauchen coole Räume in coolen Umgebungen, in denen es sich gut anfühlt, dabei zu sein.

Darüber hinaus gibt es den Leuten ein gutes Gefühl, wenn sie ein Selfie machen, es posten und sehen, wie ihre Freunde und Follower darauf reagieren. Wenn Sie es schaffen, dass Ihr Club Teil dieser guten Stimmung wird, z. B. wenn die Selfies in Ihrem Club oder mit Ihrem Trainer gemacht werden, sind die Mitglieder glücklich – und gleichzeitig hilft es Ihnen, Ihre Marke zu stärken. Die guten Boutique-Clubs haben wirklich tolle Trainer und grossartige Workouts, das sind die entscheidenden Faktoren. Man braucht ein grossartiges Trainingsprogramm. Das sollten die traditionellen Clubs verstärkt anbieten.

FT: Was können traditionelle Clubs von den Boutique-Clubs lernen?

PM: Wir müssen Boutique-Konzepte in die Clubs bringen. Viele Clubs in den USA tun das aktuell. Alle niedrigpreisigen Clubs haben mit Krafttraining angefangen, dann Gruppentraining ergänzt und bieten ihren Mitgliedern jetzt Boutique-Konzepte als zusätzliche Option an. Man kann also im Monat 15 Dollar für Kraftsport, 30 Dollar für Kraftsport und Kurse oder 45 Dollar für das Boutique-Training bezahlen.

Ich habe schon 1980 Boutique-Center in Neuseeland und Australien betrieben. Meine Frau Jackie und ich eröffneten damals wegen des unglaublichen Aerobic-Booms reine Aerobic-Center. Die Leute standen die Strasse hinauf Schlange und zahlten drei Dollar, um mitzumachen – damals war das eine Menge Geld. Wir zahlten den InstruktorInnen zwischen 50 Cent und einem Dollar für jeden Teilnehmer. Sie bekamen also viel Geld und wir hatten grossartige Sportler und richtig gute «Entertainer», die unsere Kurse unterrichteten. Wir beschäftigten tolle InstruktorInnen – und genau das passiert jetzt bei den Boutique-Konzepten: Dafür bezahlen die Mitglieder viel mehr Geld.

Es geht aber nicht nur ums Geld. Man muss erst einmal lernen, wie man Menschen anspricht, sie motiviert und begeistert. Vieles davon vermitteln wir im Gruppenfitnessmanagement Training, das ich wirklich allen Clubbesitzern empfehle. Wir haben den Lehrplan für das Gruppenfitnessmanagement Training überarbeitet und vermitteln hier die wichtigsten Erkenntnisse darüber, wie der Markt in Zukunft aussehen wird. Die Antwort lautet: Millennials. Die jungen Leute, die heute in die Clubs kommen, und auch viele ältere Menschen wie ich selbst lieben Boutique-Konzepte. Ich empfehle: Holt Boutique in eure Clubs.

FT: Haben Sie ein paar Beispiele?

PM: Sehen wir uns die besten Clubs der Welt an, wie z. B. den Midtown Athletic Club in Chicago. Das ist wahrscheinlich der profitabelste Club der Welt mit 16 000 Mitgliedern, von denen ein einzelnes Mitglied 240 Dollar pro Monat bezahlt. Er hat sich unglaublich schnell erholt und ist wieder auf dem Rentabilitätsniveau von vor COVID. Und das, obwohl Chicago einen sehr strikten Lockdown hatte. Midtown Chicago hat fünf unglaubliche Boutique-Konzepte im Club. Wir müssen also von ihnen lernen, wie man es macht.

In unserem Flaggschiffclub in Auckland haben wir kurz vor COVID drei Boutique-Konzepte in den ehemaligen 1000 Quadratmeter grossen CrossFit®-Räumen eingerichtet. Eines ist eine Art funktionelles Training, das zweite ist eine Box- und Laufschule und das dritte ein grosses Cycling-Center mit 100 Bikes und einem 20 Meter grossen Screen für THE TRIP® und andere Kurse. Wir haben uns in diesem Raum innerhalb von drei Monaten von 500 Besuchern pro Woche für CrossFit® auf 5000 Besucher pro Woche für Boutique gesteigert. Die Boutique-Konzepte sind also unglaublich erfolgreich. Jetzt sind wir gerade dabei, diese Konzepte in allen unseren anderen Clubs in Neuseeland einzuführen. Sie können allerdings nicht einfach einen Raum

einrichten und ihn Boutique nennen. Man muss alles tun, was die guten Boutique-Anbieter tun und von ihnen lernen. Dabei ist Gruppenfitness einer der Schlüsselfaktoren, die man berücksichtigen sollte.

FT: Haben Sie diese Entwicklung erwartet, als Sie die Aerobic-Welle in Kalifornien erlebten und diese Trainingsform 1980 nach Neuseeland brachten? Wie verlief Ihre Reise von damals bis heute?

PM: Ich blicke mit Liebe und Dankbarkeit auf diese Reise zurück. Ich bin in der Fitnessbranche gross geworden. Meine Eltern eröffneten 1968 ihren ersten Club und alle Beschäftigten waren Athleten und Trainer, kamen aus der Leichtathletik, vom Gewichtheben oder dem Kampfsport: Menschen mit einer echten Leidenschaft für Fitness. Das inspiriert mich bis heute. Die Branche ist seither allmählich gewachsen und wird noch weiterwachsen. Es gibt dafür viele Gründe: Wichtige soziale und soziologische Faktoren werden das Wachstum der Fitnessbranche weiter vorantreiben.

Unsere Untersuchungen zeigen, dass heute etwa 33 Prozent der Erwachsenen in ein Fitnesscenter oder einen Club gehen. Ich denke, dass diese Zahl weiter steigen und irgendwann bei über 50 Prozent liegen wird. Ich glaube, dass unsere Branche eine riesige Zukunft vor sich hat, wir müssen einfach weiter innovativ sein und immer besser werden.

Wenn ich auf die vergangenen Jahre zurückschaue, sehe ich, wie wir uns weiterentwickelt haben. Ich glaube, wir sind zur einen Hälfte eine Motivations- und zur anderen Hälfte eine Fitnessbranche. Die Leute würden zu Hause trainieren, wenn sie nur trainieren wollten. Sie kommen aber zu uns, um zum Training motiviert zu werden. Im Laufe der Jahre sind wir darin immer besser geworden. Der Schlüssel zum Erfolg in der Zukunft liegt darin, die Menschen in unseren Clubs zu allen möglichen Leistungen motivieren zu können. Es ist die Gemeinschaft, es sind die Menschen, insbesondere einige der InstruktorInnen, es ist die Musik, die Qualität der Trainingseinheiten und die Faszination dafür.

Wir sollten also weiter darüber nachdenken, wie wir mehr und mehr zu einem motivierenden Ort werden können, an dem sich die Menschen gern aufhalten.



Über den Interviewpartner Phillip Mills

Phillip Mills, ehemaliger Hürdenläufer, entwickelte in den 1980er-Jahren zusammen mit seinem Vater LES MILLS. Die populären Gruppenprogramme haben heute weltweit zahlreiche begeisterte Anhänger.

www.lesmills.com/de



BSA-Akademie – Ihr Partner für Weiterbildung

Mitarbeitende nebenberuflich qualifizieren

Unternehmen, die ihre Mitarbeitenden gezielt nebenberuflich weiterbilden oder Quereinsteigenden den Start in die Fitness- und Gesundheitsbranche erleichtern möchten, bietet die BSA-Akademie über 80 staatlich geprüfte und zugelassene Lehrgänge. Das Lehrgangssystem besteht aus einem kombinierten Fernunterricht mit Fernlernphasen und kompakten Präsenzphasen. Lehrgangsteilnehmende profitieren von maximaler Flexibilität und vielen weiteren Vorteilen. Die Präsenzphasen können digital oder an zwei regionalen Lehrgangszentren in Österreich (Wien und Innsbruck) sowie bundesweit in Deutschland (z. B. München) absolviert werden.

17.11.2022 – 20.11.2022, Ernährungstrainer/in-B-Lizenz, Wien
25.11.2022 – 27.11.2022, Existenzgründung, München
02.12.2022 – 04.12.2022, Personal- und Teammanager/in, München

Weitere Infos zu unseren Lehrgängen finden Sie unter:

www.bsa-akademie.de



Erfolgreich in die Zukunft

Jetzt zum Unternehmensmanager weiterbilden

Um den nachhaltigen Erfolg Ihres Unternehmens in der Fitness- und Gesundheitsbranche sicherzustellen, ist eine professionelle Betriebsführung wesentlich. Die Aufbauqualifikation „Unternehmensmanager/in“ befähigt Teilnehmende dazu, die wirtschaftliche wie auch organisatorische Leitung und Steuerung eines Dienstleistungsunternehmens in der Fitness- und Gesundheitsbranche zu übernehmen. Neben volkswirtschaftlichen Inhalten des nebenberuflichen Fernlehrgangs werden u. a. auch steuerliche, rechtliche wie auch betriebswirtschaftliche Kompetenzen vermittelt. Die dreitägige Präsenzphase kann sowohl digital als auch vor Ort absolviert werden.

Mehr zum Lehrgang „Unternehmensmanager/in“ erfahren Sie unter:

www.bsa-akademie.de/uma



Neuer dualer Bachelor-Studiengang an der DHfPG

B. A. Sport- und Bewegungstherapie

Um das Tätigkeitsfeld der Bewegungsförderung zu professionalisieren und in diesem Zuge Bewegungsfachkräfte im Gesundheitssystem zu etablieren, bietet die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) ab dem Sommersemester 2023 den dualen Bachelor-of-Arts-Studiengang Sport- und Bewegungstherapie an. Absolventen sind dazu qualifiziert, u. a. in stationären und ambulanten medizinischen Rehaeinrichtungen wie auch in Fitnesscentern sporttherapeutisch tätig zu sein. Das duale Studiensystem verbindet ein Fernstudium mit kompakten Lehrveranstaltungen (digital und/oder vor Ort in einem der elf Studienzentren in Österreich, der Schweiz und Deutschland – je nach Studiengang) und eine vergütete Tätigkeit in einem Ausbildungsbetrieb.

Weiterführende Infos zum Studiengang erhalten Sie unter:

www.dhfg.de/bsbt

Experte Bewegungs- und Gesundheitsförderung

mit eidg. Diplom



**JETZT
STARTEN**

safs.com

Infos &
Anmeldung





INDOOR CYCLING FÜR ALLE – JEDERZEIT

Entdecken Sie das bahnbrechende neue Konzept, das ein High-Performance-Bike mit virtuellem Training verbindet. Mit dem neuen Virtual Training Cycle von Matrix erleben alle Mitglieder echtes Indoor Cycling auf der Cardiofläche – wann und wie sie wollen!

MITREISSENDES INDOOR CYCLING FÜR ALLE

Viele Mitglieder wollen oder können sich nicht nach dem Kursplan richten. Trainingseinsteiger scheuen möglicherweise den Vergleich mit anderen oder möchten einfach nicht in einer größeren Gruppe trainieren. Mit dem neuen Virtual Training Cycle vom Hersteller Matrix können alle Mitglieder echtes Indoor Cycling auf der Cardiofläche erleben – wann und wie sie wollen!

INTERAKTIVE WORKOUTS ON DEMAND

Ein kontrastreicher, gestochen scharfer 22" Touchscreen mit einer App-basierten Benutzeroberfläche macht es leicht, die exklusiven Matrix-Programme wie Sprint 8, Virtual Active und Target Training zu nutzen. Integrierte On-Demand-Fitness-Apps eröffnen den Mitgliedern Zugang zu virtuellen, von Trainern geleiteten Kursen. Die Classes von iFIT, einem weltweit führenden Anbieter interaktiver, vernetzter Fitness-Technologien und Workouts, eröffnen ein besonders inspirierendes, intensives Trainingserlebnis. Das Bike variiert dabei sogar selbst-

ständig den Widerstand anhand der Traineranweisung. 15 iFIT-Kurse, die regelmässig aktualisiert werden, sind auf dem Virtual Training Cycle kostenfrei verfügbar.

Wer sich beim Workout lieber unterhalten lassen möchte, streamt die persönlichen Lieblingssongs, Filme und Serien.

Die Konsole ist natürlich Bluetooth fähig und ANT+ kompatibel, damit persönliche Geräte wie Kopfhörer, Smartphones, Watches oder Herzfrequenzmessgeräte gekoppelt werden können.

VOM KURSRAUM AUF DIE CARDIOFLÄCHE

Auch in Sachen Hardware wurde das Cycle optimal auf die Bedürfnisse aller Trainierenden und die Anforderungen für die Nutzung auf der Cardiofläche abgestimmt. Dazu zählen ein Freilauf-Design, das auch Anfängern ein sicheres Training ermöglicht, schweisssresistente Komponenten und Anschlüsse, der magnetische Widerstand, der direkt und präzise über den Touchscreen eingestellt wird und die Messung wesentlicher Trainingswerte wie Watt, Herzfrequenz, Drehzahl, Entfernung oder Kalorien.



MATRIX

Kontakt:

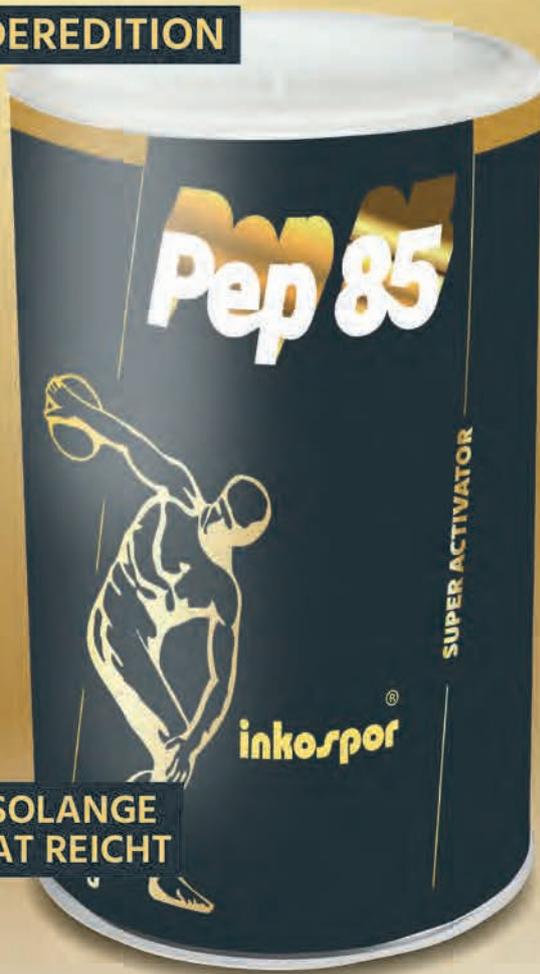
office@johnsonfitness.eu
 Showroom Schweiz
 Riedthofstr. 214, 8105 Regensdorf
 Tel: +41 (0) 44 843 30 30

SOLEDOR®

40 JAHRE INKOSPOR®: WIR FEIERN MIT UNSEREM

KLASSIKER

SONDEREDITION



NUR SOLANGE
VORRAT REICHT

Seit 40 Jahren sind wir in einem dynamischen und wechselhaften Markt erfolgreich. Nach wie vor setzen wir höchsten Wert auf Qualität und produzieren in Deutschland.

Wir bedanken uns bei unseren langjährigen Kunden für ihre Treue mit einer ganz besonderen Edition in kleiner Auflage. Dem Ursprung unseres Erfolges und damit einem absoluten Klassiker:

Pep 85

Unser erstes Produkt, in der Geschmacksrichtung „Toffee“. Produziert mit der Originalrezeptur von 1982!



HEUTE SO LECKER WIE VOR 40 JAHREN!

Unsere Produkte werden unter strengsten medizinischen Standards in Roth, Deutschland, produziert.





Der «Schweizer Abend» – der alle Erwartungen übertraf

Am Samstag, den 27. August 2022, fand der Schweizer Abend zum ersten Mal in der Schweiz statt. Es trafen sich die Entscheidungsträger, Partner sowie inspirierende Persönlichkeiten der Schweizer Fitnessbranche in einer atemberaubenden Location.

Sundowner, Erlebnisdinner und Partylounge waren den über 300 Gästen im Lake Side, direkt am Zürichsee geboten. Das exklusive Netzwerktreffen der Fitnessbranche startete mit einem Apero in einer atemberaubenden Kulisse. Bei direktem Seeblick begrüßten die Veranstalter Soledor und SAFS sowie die Partner Porsche Zentrum Zürich, Technogym, Sensopro, milon, Airex und RKS die geladenen Gäste.

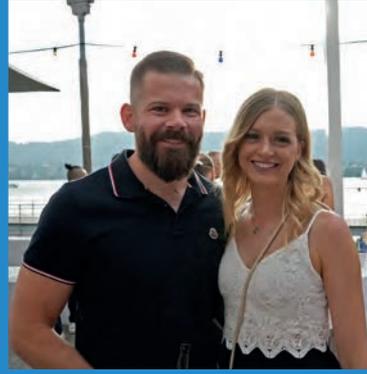
In Genuss von exzellenter Gastronomie und einzigartigen Showacts kamen die geladenen Entscheidungsträger, Partner und inspirierende Persönlichkeiten der Fitnessbranche beim anschliessenden Erlebnisdinner. Untermalt von einer spannenden Moderation erlebten sie ein faszinierendes Dinner, welches mit feinsten Kulinarik zu überzeugen wusste.

Für Highlights sorgten die zahlreichen Showacts während des Dinners und bei der anschliessenden Party! Zu bestem Sound wurde dann bis spät in die Nacht gefeiert! Zugleich fand ein angeregter Austausch über «Fitness-Neuigkeiten» auf der Aussenterrasse sowie in der Zigarrenlounge powered by Porsche Zentrum Zürich statt. Nachdem der Schweizer Abend jahrelang ein erfolgreiches Etablissement im Zuge der FIBO war, ist es den Veranstaltern nun mehr als erfolgreich gelungen, dieses Event-Format in die Heimat zu transferieren. Gespannt darf die Fitnessbranche auf den Schweizer-Abend 2023 sein, denn dann breitet die Schweiz wieder ihre Arme aus – für das Netzwerktreffen, neue Visionen und spannende Gespräche in einer ungezwungenen Atmosphäre.





Fotos: FITNESS TRIBUNE



BESTWIPES

Sprühflasche ist out!



BestWipes Desinfektionstücher

– optimiert für Ihr Fitness-Studio

800 Blatt/Rolle
wischfertig vorgetränkt!



dermaTest-
garantie.de



Made in Germany

kosten- & zeitsparend · dermatologisch getestet
bekämpfen wirksam Bakterien und Viren (Corona)

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



**INKL. 6 ROLLEN
BESTWIPES
(4.800 TÜCHER)**

CHF 299.-

zzgl. MwSt. / Lieferung

ÜBER 101.- GESPART



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 Abfallerimer 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.



dermatest-
garantie.de





SAFS FITNESS CONVENTION – together we are group fitness

Die SAFS FITNESS CONVENTION ist nach zweijähriger Corona-Pause zurück und die Groupfitnessszene wieder in Stimmung! Die Begeisterung für Functional Training, Dance und Yoga hat zahlreiche Gruppenfitnessliebhaber am Samstag, den 27.08.2022 an den Zürichsee gelockt!

Als Jana Spring am Morgen die «Presentervorstellung» moderierte, war spätestens dann den Teilnehmern verdeutlicht, was für ein besonderer Tag auf sie zukommt. Das Line-up war gespickt mit den Besten der Szene: Young-Ho Kim, der Yogahero aus Südkorea, Anastasia Alexandridi, die griechische Dancingqueen und Jana Spring, bekannt für Functional Training in Perfektion sowie die erfahrenen und beliebten SAFS-Dozenten.

In einer atemberaubenden Location, direkt am Zürichsee, standen neben Yoga, Dance und Functional auch Lifestylevorträge auf dem Programm. Nicht nur die internationalen Presenter sorgten für Begeisterung, sondern auch das «Schweizer Team» faszinierte in ihren Masterclasses.

Viele neue Ideen und Inputs konnten die Teilnehmer bei den verschiedenen Masterclasses wie FunTone on a cloud, Pilates flow, Step, Dances und vielem mehr sammeln. Ebenso waren spannende Inhalte im Rahmen der Lifestylevorträge «Darmmikrobiom steuert unser Befinden», «Love your legs – das Geheimnis der Beinachsenstabilität» oder «Wie viel Leistung verträgt Schönheit» gegeben.

Das Highlight des Tages kam zum Schluss: Gemeinsam mit Young-Ho Kim stand Jana Spring auf der Bühne. Mit ihrem faszinierenden «HEARTBEAT FLOW – Yoga meets Functional Training» verzauberten sie die Teilnehmer und sorgten zum Abschluss des Tages für berührende Momente!

www.safsconvention.ch





**Henrik Gockel (Gründer PTf),
Dominic Meier (Inhaber PTf Ostermundigen),
Nils Kuprat (PTf Clubinhaber Hamburg)**

Interview mit Dominic Meier, erster Schweizer Franchisenehmer bei PRIME TIME fitness

Einzigartige Trainings- atmosphäre mit Panorama- blick in die Berner Alpen

Die Premium Fitnessclubkette PRIME TIME fitness eröffnete am 15. September 2022 ihr erstes Center in der Schweiz in Ostermundigen bei Bern. Für diese neue und erste Schweizer Filiale konnte Ex-Eishockeyprofi und -Nationalspieler Dominic Meier als Franchisenehmer gewonnen werden. Der prominente Sportler, der an der Hochschule St. Gallen Betriebswirtschaft studierte, war bereits als Geschäftsführer einer grossen Schweizer Fitnesskette tätig.

Fotos: PRIME TIME fitness | FITNESS TRIBUNE

Der neue Club in Ostermundigen besticht durch die typischen PTF Attribute: beste Geräte und ein bestens geschultes Team. Die Kernzielgruppe des neuen Clubs sind die «Urban Performer»: d. h. Menschen, die beruflich oder sozial stark engagiert sind, wenig Zeit haben, aber gezielt und effizient etwas für ihre Gesundheit und Fitness tun wollen.

Mit seiner Toplage direkt am Bahnhof Ostermundigen und einer Tiefgarage garantiert der neueste Club kurze, zeitsparende Wege. Die lichtdurchflutete, mehr als 1500 Quadratmeter grosse Clubfläche auf zwei Etagen im Penthouse des neuen Office Tower des Touring Club Schweiz (TCS) ist nicht nur sehr stylish, sondern bietet einen fantastischen Rundumblick auf die Berner Alpen und das Umland.

Die FITNESS TRIBUNE war live vor Ort, als am 15. September um 16.00 Uhr das neue Center mit einem grossartigen Rahmenprogramm eröffnet wurde. Obwohl das Wetter nicht ganz mitspielte, fanden sich über 300 Gäste zum Event ein. In den oberen beiden Stockwerken konnte das top eingerichtete Center besichtigt werden; auf Wunsch gab es eine VIP-Clubtour mit Experten. Für das leibliche Wohl stand am Eingang der Foodtruck von «Gabriele Streetfood» mit leckeren italienischen Spezialitäten bereit. Wie es sich für eine Centerneueröffnung gehört, durften auch sportliche Drinks und Erfrischungen nicht fehlen. Und als es dann draussen langsam dunkel wurde, sorgte das DJ-Doppelpack Pelle&Grino mit angesagten Hits bis zum Schluss für Tanzlaune.

Anlässlich der Eröffnung hat die FITNESS TRIBUNE mit Dominic Meier eingehend über seine Person und die Ziele, welche er mit dem ersten PTF Center in der Schweiz verfolgt, gesprochen.

FITNESS TRIBUNE: Dominic, du hast fast 800 Partien in der höchsten Schweizer Hockey-Liga bestritten und wurdest zweimal Schweizer Meister. Wie bist du zu diesem Sport gekommen und was waren deine Highlights und Learnings aus dieser Zeit?

Dominic Meier: Mein Kollege und Nachbar hat mich mit sechs Jahren zu einem Probetraining mitgenommen. Dabei habe ich mich anscheinend nicht allzu schlecht angestellt und hatte eine Riesenfreude am Eishockey. Ich bin dann irgendwie

«hängengeblieben». Mein Kollege beliess es bei dem einen Versuch. Zu meinen Karriere-Highlights gehören unbestritten die zwei Meistertitel in Bern. Dort Meister zu werden ist ohne Zweifel etwas Einzigartiges. 2004 durfte ich noch den Assistent zum Meister-Goal beisteuern, was sicherlich auch eine grossartige Erinnerung ist.

Zu den Learnings gehören die Dinge, welche als Sportler unabdingbar sind. Du kannst (fast) alles erreichen, wenn die Einstellung und der Wille stimmen. Zusätzlich lernt man als Sportler, dass es Niederlagen braucht, um grosse Erfolge zu feiern. Das macht einen mental stark.

FT: Wie war der Switch vom Spitzensport hin zu deiner jetzigen Karriere?

DM: Ehrlich gesagt war es nicht leicht und wurde von mir auch unterschätzt. Als Profisportler lebt man in seiner eigenen Welt und die funktioniert anders als die «normale» Geschäftswelt. Dank meines Masterabschlusses in BWL hatte ich glücklicherweise während meiner Aktivkarriere die Grundlage für den Switch gelegt. Dadurch ist mir dieser Schritt auch relativ flott gelungen und ich konnte nach meiner Aktivkarriere bei der Migros-Gruppe meine Erfahrungen im Berufsleben sammeln. Nach sechs Jahren als Bereichsleiter bei der Migros wechselte ich zu einer grösseren Fitnesskette als Geschäftsführer, was mir wieder die Möglichkeit eröffnete, in einem sportlichen Umfeld zu arbeiten. Den Wunsch, etwas Eigenes aufzubauen, erfüllte ich mir dann nach drei Jahren bei der Fitnesskette.

FT: Du bist der Geschäftsführer des ersten PTF Centers in der Schweiz. Wie kam es dazu?

DM: Dies ist eigentlich der nächste logische Schritt in meiner Karriereplanung. In der Zeit als Geschäftsführer bei der schweizweit verbreiteten Fitnesskette konnte ich wertvolle Erfahrungen sammeln. Die Selbstständigkeit war die nächste Stufe und dies in einem Umfeld, das mich begeistert – was will man mehr. Auf der Suche nach einem starken Partner und mit der Bereitschaft von PTF, in der Schweiz zu expandieren, hatte ich die Möglichkeit, die Franchiselizenz als Masterfranchisenehmer für die Schweiz zu sichern. ▶



Thomas Iten (Gemeindepräsident Ostermundigen), Dominic Meier



Paul Gubser, Marina Maulbeck, Beat Friedli (alle Milon Alpine AG)



Thomas Paszkowi (Mitglied PTF Bern Ostermundigen)

FT: Was unterscheidet euch/euer Konzept von der Konkurrenz?

DM: Ganz bestimmt die Betreuung der Mitglieder. Bei uns profitieren sie von einer umfassenden Betreuung mit Körperanalysen, Krafttest und individuellen Trainingsplänen. Zusätzlich bieten wir Personen, denen ihre Gesundheit etwas wert ist, zu vernünftigen Preisen professionelle eins zu eins Personal Trainings an. Selbstverständlich benötigt es dafür das richtige Equipment, was wir handverlesen von den besten Herstellern aussuchen. Dies bedeutet: Jedes Gerät, das bei uns in den Studios steht, wird zuerst auf Herz und Nieren getestet. Und macht sicherlich unser umfassendes Angebot mit milon, Sensopro, Functional Area, Myzone, Keiser Geräten, Hammer Strength und vielem mehr den Unterschied.

FT: Wie seid ihr bezüglich Standortwahl vorgegangen? Warum gerade Ostermundigen als Standort für das erste PTf Center in der Schweiz?

DM: Das erste PTf Center in der Schweiz musste ein «Flagship» werden. Wir wollten alles ausschöpfen und zeigen, was wir können und wer wir sind. Wir haben uns viel Zeit gelassen, den richtigen Standort und dort die passende Fläche zu finden. Ostermundigen ist aktuell im Umbruch und entwickelt sich vorwärts: höchstes Wohnhaus der Schweiz, angehende Fusion mit Bern, neue Tramverbindung nach Bern Bahnhof, neue Geschäftshäuser, neues Bahnhofsprojekt, u. v. m. Dazu ideal für uns gelegen, nahe am öffentlichen Verkehr, Parking im Gebäude und natürlich eine herrliche Alpensicht.

FT: In deinem Center hast du zahlreiche Angestellte, die ein fitness- und gesundheitsbezogenes Studium an der DHfPG absolvieren oder bereits abgeschlossen haben. Welchen Wert haben für dich qualifizierte Mitarbeitende?

DM: Das ist das A und O für unser Konzept. Wie bereits erwähnt, hat bei uns die Betreuung der Mitglieder oberste Prio.

Dafür sind die besten qualifizierten Mitarbeitenden notwendig. Zudem sind bei uns die Aufgabengebiete des Teams klar geregelt. Wir arbeiten beispielsweise mit Trainern, die sich ausschliesslich um den Trainingsbereich kümmern oder Sales, die für Beratung und Verkauf zuständig sind. Dies erlaubt uns, für jeden Bereich Spezialisten einzusetzen, was den Mitgliedern wiederum zugutekommt.

FT: Bist du zufrieden, was den Verkauf der Abos betrifft, oder spürst du noch etwas Zurückhaltung aufgrund der letzten beiden Jahre oder auch die Unsicherheit bezüglich des kommenden Winters?

DM: Ehrlich gesagt bin ich sehr zufrieden mit dem Vorverkauf und wir spüren wenig von Zurückhaltung. Ich vermute, das liegt daran, dass wir das richtige Produkt zum richtigen Zeitpunkt anbieten können!

FT: Was sind deine Ziele für die kommenden Jahre? Bleibt es bei einem Center?

DM: Aktuell ist der Fokus voll beim PTf in Ostermundigen. Sobald ich hier eine nachhaltige Mitgliederstruktur aufgebaut habe und wir einen gesunden EBIT erwirtschaften, werde ich mich bestimmt nach weiteren Standorten umsehen. Der Businessplan sieht nicht vor, dass es nur bei einem PTf in der Schweiz bleibt.

FT: Und was machst du in deiner Freizeit gerne?

DM: Ich bewege mich gerne in meiner Freizeit. Ich habe mir diesen Frühling ein Gravel Bike zugelegt, das es mir ziemlich angetan hat. Ansonsten liebe ich Fitness, Wandern, Tennis und gutes Essen.

FT: Vielen Dank, Dominic! Und viel Erfolg mit dem ersten Schweizer PRIME TIME fitness Center! ■



Martina Künzi (Gründerin Circles. Physiotherapie & Gesundheitszentrum), Loris Benito (YB Fussballer), Cédric Zesiger (YB Fussballspieler), Dominic Meier, Nicolai Loboda (Gründer Circles. Physiotherapie & Gesundheitszentrum)



Die Innovation in der
Körperzusammensetzungsanalyse

InBody 970

- Präzise, reproduzierbare Messungen
- Innovative 3 MHz-Messtechnologie
- Direkt-segmentale Messung von Rumpf & Extremitäten

NEU



best  health

www.best4health.ch

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

 No Pacemaker
 pacemaker 사용 금지
 心脏起搏器 사용 금지
 pacemaker 사용 금지



«Zukunft gestalten»

GYM LOVERS lud zum zweiten Netzwerkevent FUTURE DAY ein

Bereits zum zweiten Mal fand am 15. September 2022 das Netzwerkevent FUTURE DAY von GYM LOVERS statt. Anita und Giusi Verre durften 30 Teilnehmer/-innen zu diesem erfolgreichen Anlass begrüßen. Bei einem feinen Kaffee und leckeren Gipfeli begrüßten die Gastgeber die Besucher/-innen. Darunter waren Studiobetreiber/-innen, welche bereits Partner von GYM LOVERS sind und solche, welche mit grossem Interesse dem Event beigewohnt haben. Abgerundet wurde die illustre Runde von Persönlichkeiten aus der Industrie.

Planmässig eröffnete Giusi Verre das Netzwerktreffen und dankte für das rege Interesse und Erscheinen am FUTURE DAY mit den Worten: «Zukunft gestalten! Gemeinsam, erfolgreich, nachhaltig! Wir alle haben es in der Hand, unsere eigene Zukunft zu gestalten. Oder wir lassen zu, dass uns irgendeine Zukunft blüht. Auch wir haben uns dafür entschieden, unsere Zukunft selbst zu gestalten. An unserem ersten Netzwerkevent durften wir mit grosser Freude und auch mit Stolz verkünden, dass wir bereits drei Fitnessunternehmer/-innen mit insgesamt sechs Fitnessanlagen und vier Firmen aus der Fitnessindustrie als Partner gewinnen konnten. Heute, drei Monate später sind es schon 18 Partner, mit welchen wir gemeinsam die Zukunft gestalten und gehen dürfen.» Nach einer kurzen Einleitung übergab Giusi Verre das Wort an die beiden Gastreferenten Stephan Niedecken von Sphery AG und Udo Münster von Your Space GmbH.

«Bewegung ist Veränderung! Veränderung ist Zukunft! Aber die Zukunft wartet nicht!»

Udo Münster startete seinen Vortrag mit dem Titel einer Aufführung, die diesen Oktober im Landestheater Vorarlberg geboten wird: «So wie es ist, bleibt es nicht». Bei diesem kulturellen Anlass werden Lieder von Bertold Brecht und Kurt Weill vorgetragen, die, vereinfacht gesagt, den Konkurrenz- und Existenzkampf von «Geschäftsleuten» behandeln. Ein Titel und ein Inhalt, die in der aktuellen Situation durchaus brisant sind.

«So wie es ist, bleibt es nicht!» Was bedeutet das? Wird alles anders? Heute würden viele befürchten, dass so einiges schlechter wird. Durch die Corona-Pandemie und den aktuellen Ukrainekrieg haben viele Studios «Federn gelassen» und die aktuellen Prognosen sind oft nicht erfreulich. Bevor

Udo Münster jedoch der Frage nach der Zukunft nachging, blickte er mit Charme und Witz zurück auf spannende Titel und Zitate aus früheren Fitness Tribune Ausgaben. So zitierte Roger Gestach in der FT 179 Heraklit von Ephesos (ca. 535–475 v. Chr.): Die einzige Konstante im Leben ist die Veränderung! Dass wir in den letzten 2 ½ Jahren mit sehr viele Veränderungen konfrontiert wurden, ist unumstritten. Somit stellt sich die Frage wie wir mit diesen Veränderungen umgehen. Sprich, wie jeder von uns «the new normal» definiert und handhabt und welche Entscheidungen wir treffen, um die eigene Zukunft zu gestalten.

«Eine Ära geht zu Ende» titelte die FT 183 als sich Udo Münster Ende 2019 für «unbestimmte Zeit» aus der Fitnessbranche zurückzog. Eine Zeit in der auch für ihn sehr vieles ganz anders kam, als er es für sich gedacht hatte. Udo Münster ist es auf spannende Art gelungen den Anwesenden darzustellen, dass Zukunft das ist, was es noch nicht gibt und wir alle es selbst in der Hand haben, was Zukunft in unseren Gedanken darstellt. Sagen wir: «ich kann mir das überhaupt nicht vorstellen» oder lassen wir es zu, dass wir unsere Vorstellungskraft in der Gegenwart nutzen, um unsere Zukunft zu gestalten. Die zentrale Frage lautet also: Was kann ich mir, was können wir uns vorstellen? Die Baupläne der Zukunft liegen in unserer Vorstellungskraft, die die unbekannte Zukunft ausleuchtet – und die geknüpft ist an unser jetziges Denken und Fühlen. Wir antizipieren, berechnen, bewerten und besprechen die Zukunft notwendigerweise in der Gegenwart – und machen dadurch das Noch-nicht-Existierende greifbar und begreifbar.

An die anwesenden Betreiber ging von Udo Münster die Motivation, dass die Angebote und die Botschaften überdacht werden müssen. Wenn nichts verändert wird, dann werden immer die gleichen Menschen erreicht und die gleichen Probleme bleiben bestehen. Je nach Markt wurden in der Vergangenheit nur +/- 90% der Gesellschaft erreicht. Um nach der Pandemie schneller Mitglieder wieder aufzubauen und um vor allem auch neue Zielgruppen anzusprechen müssen neue Erlebnisse im Studio und im Training geschaffen werden. Das ist möglich wenn echtes Training und Sport auch im Fitnessclub spielerisch gestaltet werden, eine intrinsische Motivation entsteht und die Trainierenden sich sportlich vergleichen und herausfordern können und Fortschritt erleben.

Zukunft ist also eine Entscheidung! Wir müssen Entscheidungen treffen, um unsere Zukunft zu gestalten, um Dinge in Bewegung zu bringen und um Dinge zu verändern. Darum haben sich Udo Münster, Stephan Niedecken von Sphery wie auch Giusi und Anita Verre entschieden, die Zukunft dieser Branche mitzugestalten und das hat sie zusammengeführt.

Stephan Niedecken hat im zweiten Teil des Referats die Menschen hinter dem ExerCube, den Ursprung dieser zukunfts-trächtigen Trainingsmethode sowie die Anwendungsmöglichkeiten präsentiert.

Sport- und Kognitionswissenschaftler treffen auf It- & Digitalisierungsexperten

Seit der Idee vor zehn Jahren bis zum heutigen Zeitpunkt durften alle Beteiligten eine spannende Reise erleben. Und noch heute sind die unterschiedlichen «Welten» aller Beteiligten nicht einfach in eine «einheitliche» Sprache zu verpacken. Doch genau das ist es, was das Unternehmen und ihr Produkt vorantreibt.

Die Basis ihres Trainingskonzepts ist die Verbindung zwischen skalierbarem, funktionalem Training mit dem eigenen Körpergewicht (Body) und dem gezielten Training der exekutiven Funktionen (Brain).

Die Anwendungsbereiche sind mannigfaltig. Ob Thomas Frischknecht, Schweizer Mountainbike-Legende seine Aufmerksamkeit zur optimalen Erfassung von Hindernissen auf der Rennstrecke verbessern will oder ob Christina & Maya (beides Seniorinnen) ihre geistige Leistungsfähigkeit, Erhaltung der Beweglichkeit für den Alltag oder Sturzprävention trainieren wollen: alle profitieren vom Training und haben signifikante Verbesserungen wahrnehmen dürfen.

Durch die Zusammenarbeit mit vielen Universitäten und anderen Institutionen werden viele unterschiedliche Studien erstellt, welche dazu führen, dass sich der ExerCube in einem ständigen Innovationsprozess befindet und der Nutzen für die Bereiche Sport, Rehabilitation und Prävention gesteigert werden können. Für Betreiber von Fitness- und Gesundheitseinrichtungen kommt hinzu, dass in all diesen Studien die Effektivität des Trainings mehrfach bewiesen und dargestellt werden konnte. Auf der anderen Seite zeigt es auch auf, wo die Limits sind und woran Sphery noch arbeiten kann.

Anlässlich des Netzwerks konnte Stephan Niedecken erstmalig ihr neues Businessmodell präsentieren. Neben dem bereits vorhandenen B2B-Business wird Sphery ab Oktober auf einer eigenen Plattform für alle Kundinnen und Kunden (Studiobetreiber/-innen) den B2C-Channel lancieren. ▶



Interessierte Personen können auf der ExerCube-Plattform Anlagen in ihrer Region suchen und sich für entsprechende Angebote registrieren. Sphery übernimmt die gesamte Verwaltung und Rückvergütung und bietet somit jedem Kunden einen Neukundenzugang und ein Umsatztreiber, ohne dass der/die Studiobetreiber/-in selbst aktiv werden muss. Auch das ist Zukunft!

«Warum soll es nach Plan laufen, wenn es keinen gibt?»

Unter diesem provokanten Titel hat Giusi Verre aufgezeigt, woran viele Unternehmer/-innen scheitern. Warum gelingt es den einen, erfolgreich zu sein und anderen nicht? Obschon auch sie fast Tag und Nacht arbeiten?

Wir alle wollen es: Erfolg! Doch wie gelingt uns das? Giusi hat die sechs Schritte zum Erfolg auf seine unnachahmliche Art und Weise präsentiert.

Alles beginnt mit einer Idee. Giusi hat an die Anfänge aller Anwesenden Unternehmer/-innen erinnert. Damals war die Idee da, sich im Fitness- und Gesundheitsbereich selbständig zu machen. Voller Tatendrang, Enthusiasmus und Überzeugung verfolgten Sie ihren Wunsch und Traum. Um daraus eine Vision (Giusis zweiter Schritt) zu kreieren. Die Unternehmensvision stellt das übergeordnete und langfristige Ziel einer Organisation dar.

Im dritten Schritt legst du den Weg fest, wie du deine Ziele erreichst. Mit der Mission legst du auch die Aufgaben und deren Wirkung zur Zielerreichung fest. Und jetzt sind wir schon voll in der Planung. Warum soll es nach Plan laufen, wenn es keinen gibt? Hier kannst du für dich selbst überprüfen, ob du einen Plan hast oder vielleicht «nur» Wünsche, Vorstellungen oder Träume.

Die Planung nimmt mit dem nächsten, vierten Schritt noch mehr Formen an. Du definierst deine Strategie. Was ist eine Strategie? Eine Strategie ist ein längerfristig ausgerichtetes, planvolles Anstreben von Unternehmenszielen. Du definierst

darin auch Teilziele, um das ganz grosse Ziel zu erreichen. Wie du nun aus den vorherigen Ausführungen richtig entnimmst, gehen die Vision, Mission und Strategie Hand in Hand.

Alle Ideen, Visionen, Missionen und Strategien führen dich nicht zum Erfolg, wenn nicht der nächste Schritt erfolgt: der Aktionsplan! Du, dein Team und alle Beteiligten müssen wissen, was, wann und wie in die Tat umgesetzt werden soll. In einem Aktionsplan definierst du die einzelnen Schritte, um die Teilziele und das finale Ziel zu erreichen.

Woran die meisten Unternehmer/-innen schlussendlich scheitern, ist der nächste Schritt; die Umsetzung. Giusi zeigt eindrücklich auf, dass viele Unternehmer/-innen unfassbar fleissig, viel arbeitend, ja fast aufopfernd agieren, ohne den verdienten Erfolg zu haben. Der Grund ist, dass zum einen kein Plan vorhanden ist. Vor allem liegt das Problem aber im Alltag. Sie sind «gefangen» im Hamsterrad. Sie verlieren dadurch die Übersicht, halten sich nicht mehr an den Plan und kommen gar nicht in die Umsetzung, ins Handeln. Ein weiterer, schwerwiegender Fehler liegt auch darin, dass Unternehmer/-innen glauben, dass sie alles allein schaffen. Der wohl grösste Unternehmerfehler, den wir alle kennen. Darum hat Giusi mit aufgezeigt, was es braucht, um die Strategie erfolgreich umzusetzen:

- Gewinne dein Team
- Befähige dein Team
- Kontrolliere
- Korrigiere (Massnahmen)
- Bleib dran
- Sei konsequent und bleib flexibel
- Starte, bevor du in Perfektion «stirbst»

Giusi ist überzeugt, dass Erfolg die Folge von klaren Zielen, klaren Strategien, klaren Aufgaben und konsequenter Handlungen ist. Mit diesem Statement hat Giusi sein Referat beendet und die Teilnehmenden zum anschliessenden Apéro gebeten. Interessante Gespräche, leckere Häppchen und das Vernetzen von Gleichgesinnten rundeten dieses erfolgreiche und zukunftsweisende Event ab. ■



Jetzt die
Innovationen für dein Studio
an der Messe testen
25. - 27. Oktober 2022

**Jetzt in Zürich
testen!**



Beckenbodentraining mit repetitiven Magnetfeldimpulsen - eine wertvolles Angebot für Kunden mit Beschwerden wie **Belastungsinkontinenz**, Wiederaufbau nach der **Schwangerschaft**, etc.



Überwasser-Massageliegen, **multisensorielle Entspannung 24/7** - Erholung für deine Kunden nach dem Training, ohne zusätzlichen Personalaufwand, wenig Platzbedarf, einfacher Zusatzverdienst



Gratis Tickets für die IFAS Messe hier erhältlich! Besuchen Sie uns kostenlos in der **Halle 5 Stand C02** und testen Sie die Neuheiten.
> www.ratio.ch/Messen-und-Events



Die erste Visitenkarte der Branche liegt vor

Eckdaten der Schweizer Fitness-Wirtschaft



Am 6. September 2022 wurden die Eckdaten der Schweizer Fitness-Wirtschaft 2022 präsentiert, die die swiss active – IG Fitness Schweiz gemeinsam mit der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement erstmals erhoben haben. Neben den der Pandemie geschuldeten negativen Entwicklungen in der Gesundheits- und Fitnessbranche zeigen die Daten auch positive Entwicklungen und damit erste Tendenzen, die auf eine erfolgreiche Zukunft der Branche hinweisen.

Bereits in der letzten Ausgabe wurde über die Eckdaten der Schweizer Fitness-Wirtschaft berichtet, die die swiss active – IG Fitness Schweiz in Zusammenarbeit mit der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) 2022 erstmals erhoben hat. Bei der Studie handelt es sich um eine repräsentative quantitative Studie, die wichtige Kennzahlen wie Mitgliederzahlen oder Centerstrukturen darlegt und der Branche damit wertvolle Eckpunkte liefert, wie in Zukunft agiert werden sollte. Die Umfrage fand in Form einer Online-Befragung im Zeitraum vom 16. März bis einschliesslich 23. Mai 2022 in deutscher, französischer und italienischer Sprache statt. Die Betreiber der Gesundheits- und Fitnesscenter wurden via Website, E-Mail-Newsletter und Social Media um Teilnahme gebeten. Die Teilnahmequote liegt bei 32,3 Prozent. Die Ergebnisse der Studie liegen nun vollständig vor.

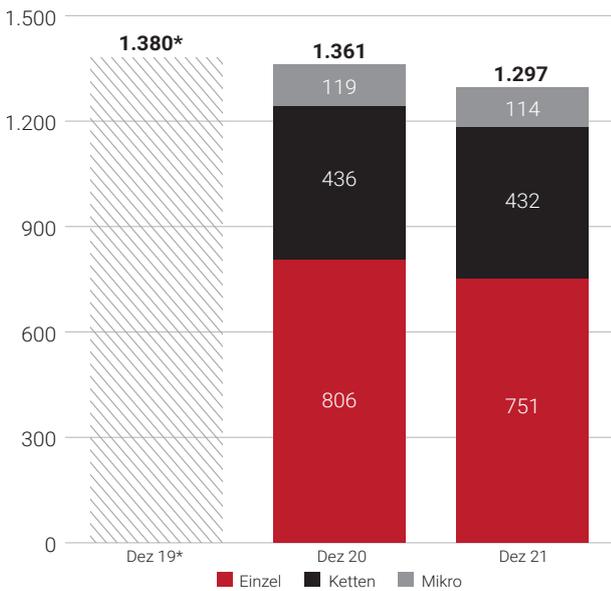
Die Fitnessbranche in Zeiten der Corona-Krise

Die Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft beziehen sich auf

den Stichtag 31.12.2021. Vorangegangen waren mehrmonatige Schliessungen der Gesundheits- und Fitnesscenter, zeitweise waren Öffnungen nur unter Einhaltung bestimmter Corona-Regelungen wie Zertifikatspflicht (2G mit Maskenpflicht bzw. 2G plus ohne Maskenpflicht) ermöglicht. Die dargestellten Werte beinhalten damit bereits die weitreichenden Folgen der Corona-Krise für die gesamte Gesundheits- und Fitnessbranche. Als Vergleichswerte werden der 31.12.2020 und, sofern vorhanden, der Vorkrisenwert aus 2019 herangezogen. Für einige Kennzahlen liegen bereits Werte zum ersten Quartalsende 2022 vor, die es erlauben, erste Tendenzen zu erkennen, wohin sich die Branche nach mehr als zwei Jahren Corona-Krise entwickelt.

Zahl der Center reduziert sich im Vergleich zum Vorkrisenniveau

Die Zahl der Center in der Schweiz hat sich im Vergleich 31.12.2019 (Vorkrisenniveau) zu 31.12.2020 um 1,4 Prozent verringert. Vom 31.12.2020 zum 31.12.2021 ist eine Re-

Centerentwicklung Dez. 19–Dez. 21 (absolut)

* Segmentdaten nicht verfügbar

Abb. 1: Entwicklung der Center Dez. 19–Dez. 21 (absolut)

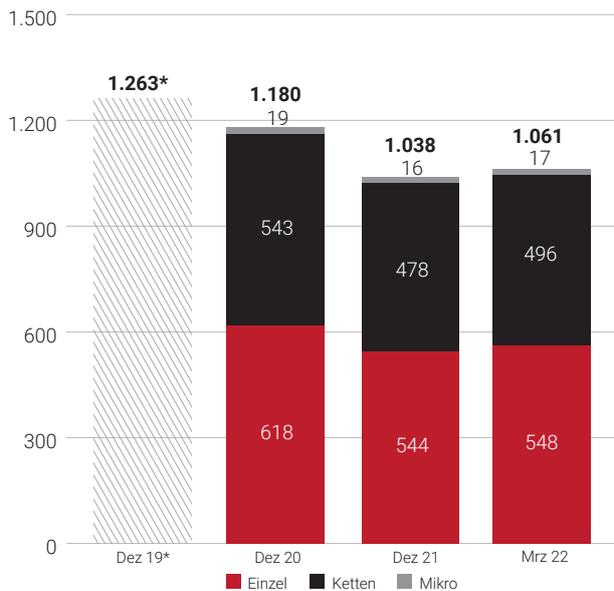
duktion der Centerzahl um 4,7 Prozent zu verzeichnen. Der stärkste Rückgang zeigt sich mit 6,8 Prozent im Einzelsegment. Bei den Centern im Mikrosegment reduziert sich die Zahl der Center um 4,2 Prozent. Kettenbetreiber weisen mit 0,9 Prozent den vergleichsweise geringsten Rückgang auf. Damit zählt die Schweizer Fitness-Wirtschaft zum Stichtag 31.12.2021 insgesamt 1.297 Center. Der grösste Anteil davon entfällt auf das Einzelsegment (751 Center). 432 Center sind als Ketten, 114 Center sind dem Mikrosegment zuzuordnen (s. Abb. 1).

Corona-Krise führt zu starkem Mitgliederverlust

Vom 31.12.2019 zum 31.12.2020 hat die Schweizer Gesundheits- und Fitnessbranche 6,6 Prozent an Mitgliedern verloren. Damit reduziert sich die Gesamtmitgliederzahl von 1.263 Tsd. Mitgliedern im Jahr 2019 auf 1.180 Tsd. Mitglieder im Jahr 2020 (über alle Segmente hinweg). Der Mitgliederverlust im Vergleich 31.12.2020 zu 31.12.2021 beläuft sich auf 12,0 Prozent, was einem Rückgang von ursprünglich 1.180 Tsd. auf 1.038 Tsd. Mitgliedern entspricht (s. Abb. 2). Zum Stichtag 31.12.2021 sind damit 11,9 Prozent der Schweizer Bevölkerung Mitglied in einem Fitness- oder Gesundheitscenter.

Positive Mitgliederentwicklung 2022

Von Dezember 2021 zum Ende des ersten Quartals 2022 zeigt sich eine positive Entwicklung der Mitgliederzahlen: 2,2 Prozent mehr Menschen als noch zum 31.12.2021 besitzen Ende März 2022 eine Mitgliedschaft in einem der Gesundheits- und Fitnesscenter. Weitere Daten (wie insbesondere die Check-in-Zahlen und die daraus resultierende Trainingshäufigkeit) lassen hier die Annahme zu, dass sich dieser positive Trend fortsetzt und mehr Menschen den Weg in die Fitness- und Gesundheitscenter finden. Die Reaktionsquote spiegelt diese positive Entwicklung wider und liegt zum Betrachtungszeitpunkt Ende März 2022 bei 12,1 Prozent (+ 0,2 Prozentpunkte).

Mitgliederentwicklung Dez. 19–Mrz. 22 (in Tsd.)

* Segmentdaten nicht verfügbar

Abb. 2: Mitgliederentwicklung Dez. 19–Mrz. 22 (in Tsd.)

Mitgliederstruktur zeigt Stellschrauben auf

Das durchschnittliche Alter der Trainierenden beläuft sich im Betrachtungszeitraum auf 40,0 Jahre. Dieser recht niedrige Altersdurchschnitt lässt sich vermutlich auf die Corona-Krise zurückführen, aufgrund derer speziell viele Ältere vom Training in den Fitness- und Gesundheitscentern absahen, weil die Angst vor einer Infektion zu gross war. Bekräftigen lässt sich diese Vermutung mithilfe von Daten aus einer Pilotstudie der swiss active – IG Fitness Schweiz und der DHfPG aus dem Juni 2021. Dort berichteten 97,7 Prozent der Center, dass die Mitglieder ab 60 Jahren seltener zum Training erscheinen als noch vor der Pandemie.

Mittleres Alterssegment dominiert

Am stärksten vertreten in den Schweizer Fitness- und Gesundheitscentern sind Personen zwischen 30 und 40 Jahren (23,9 %), gefolgt von Personen zwischen 20 und 30 Jahren (23,3 %) und zwischen 40 und 50 Jahren (21,2 %). Personen über 60 Jahre sind nur zu 11,5 Prozent in den Centern vertreten. Hier besteht Potenzial, verlorene Kunden dieser Altersgruppe durch ein fundiertes Konzept zurückzugewinnen und neue Personen dieser Zielgruppe von den positiven gesundheitlichen Effekten eines regelmässigen Fitnessstrainings zu überzeugen.

Mitglieder wollen zurück zum Training

Wie bereits bei den Darstellungen zur Mitgliederentwicklung angeführt, zeigt sich ein positiver Trend in der Branche. Dass die Corona-Krise zunächst die Trainingshäufigkeit negativ beeinflusst, zeigen die Check-in-Zahlen aus 2020. Umgerechnet liegt die wöchentliche Trainingshäufigkeit bei 1,01-mal, 2021 sogar nur bei 0,87-mal. Gleichzeitig untermauern die Daten die Vermutung, dass die Mitglieder der Schweizer Fitness- und Gesundheitscenter während der Corona-Krise den Wunsch nach einem regelmässigen Training hatten, ein solches aber vielfach aufgrund von Schliessungen oder Restriktionen ▶

des Trainings nicht möglich war. So steigen die Check-in-Zahlen nach Wegfall der Corona-Beschränkungen deutlich an, die durchschnittliche Trainingshäufigkeit pro Woche erhöht sich im ersten Quartal 2022 auf 1,28-mal.

Positionierung spiegelt Trainingswille der Kunden wider

Nicht nur die Kunden hegen während der Krise den starken Wunsch, wieder regelmässig zu trainieren. Diese Motivation findet sich spiegelbildlich auch in der Positionierung der Center wieder. Mehr als ein Drittel der Center (37,3 %) positionieren sich eher stark bis sehr stark im Bereich «Verbesserung der Leistungsfähigkeit». Danach folgen die Bereiche «Soziale Aspekte, gehobener Lebensstil, Trends» (31,6 %) und «Erhalt der Gesundheit, Prävention» (26,8 %), weit vor «Entspannung, Erholung, mentaler Ausgleich» (4,3 %). Damit zeichnet sich in der Schweiz ein anderes Bild als in Deutschland, wo die relative Mehrheit der Center (44,2 %) im Bereich «Erhalt der Gesundheit» positioniert ist.

Vertragslaufzeiten bieten Neukunden Flexibilität

Die Mehrheit der Center (98,0 %) bietet Verträge mit zwölfmonatiger Laufzeit an. Zwei Drittel der Center bieten daneben auch Verträge mit vier Wochen Laufzeit an. Diese kurzen Vertragslaufzeiten sind insbesondere vor dem Hintergrund als sinnvoll zu erachten, dass es so gelingen kann, noch unentschlossene Mitglieder tatsächlich als Kunden gewinnen und binden zu können. Ist der erste Schritt zu einem regelmässigen Fitnessstraining getan, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass der positive Effekt auf körperliche und mentale Gesundheit spürbar ist und die Trainierenden so zu einem langfristigen Vertragsabschluss bewegt werden. Nach mehr als zwei Jahren Corona-Krise liegt hier also ein wichtiges Instrument, um potenzielle Kunden zu erreichen.

Mitarbeiterzahl reduziert sich während des Krisenzeitraums

Durchschnittlich beschäftigen die Fitness- und Gesundheitscenter in der Schweiz, über alle Segmente hinweg betrachtet, 19,7 Mitarbeiter. Damit liegt der Wert 7,5 Prozent unter dem Wert aus 2020, als die Center im Schnitt 21,3 Mitarbeiter beschäftigten. Mit dem Aufschwung der Branche muss sich auch die Mitarbeiterzahl wieder positiv entwickeln, denn gerade gut qualifizierte Mitarbeiter sind der Schlüssel zum langfristigen Erfolg der Branche. Dass die immense Bedeutung der Mitarbeiter den Branchenverantwortlichen durchaus bewusst ist, zeigt sich insbesondere daran, dass 97,6 Prozent der Betreiber im Jahr 2021 in die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter investiert haben.

Die Zeichen der Branche stehen auf Zukunft

Nicht nur die dargestellten Kennzahlen verdeutlichen den Aufschwung, den die Branche seit Wegfall der Corona-Restriktionen erfährt. Auch bei den Akteuren auf dem Markt macht sich eine positive Grundstimmung bemerkbar. Knapp zwei Drittel der Betreiber (60,9 %) stufen ihre wirtschaftliche Situation zum Zeitpunkt der Umfrage (März bis Mai 2022) als (eher)

gut ein. 30,0 Prozent stufen ihre wirtschaftliche Situation zu diesem Zeitpunkt zwar noch als eher schlecht ein. Jedoch zeigt sich ein gesunder Optimismus mit Blick in die Zukunft: 99,2 Prozent der Betreiber gehen davon aus, dass sich ihre wirtschaftliche Situation in den kommenden zwölf Monaten (eher) verbessern wird.

Fazit

Die erste Eckdatenstudie der Schweizer Fitness-Wirtschaft offenbart wichtige Stellschrauben für Betreiber der Branche, um noch besser auf aktuelle und potenzielle Kunden einzugehen und diese so langfristig zu einem regelmässigen Training in den Fitness- und Gesundheitscentern zu bewegen. Es ist gelungen, den Markt nach zwei Jahren Pandemie im Status Quo abzubilden und erste Tendenzen und Potenziale zu skizzieren – und so wichtige Erkenntnisse für die gesamte Branche zu gewinnen. Auch für die Zukunft gilt: Je mehr Betreiber an der Umfrage teilnehmen, desto genauer ist das Bild der Branche. Und desto besser sind die Erkenntnisse, die die gesamte Branche weiter stärken – auf dem Weg in eine erfolgreiche und gesunde Zukunft. ■

Über die Studienpartner

swiss active – IG Fitness Schweiz

swiss active – IG Fitness Schweiz ist der einzige Branchenverband für Fitnessanbieter, der ganz bewusst die Interessen jedes Anbieters aus der Branche vertritt, und das unabhängig von der Organisationsform als Kursanbieter, Einzelcenter oder Kettenbetreiber. Der Verband vertritt mehr als 500 Standorte in der Schweiz. swiss active – IG Fitness Schweiz hat es sich zum Ziel gesetzt, die Gesundheits- und Fitnessbranche nachhaltig und unpopulistisch in einem gemeinsamen Miteinander zu entwickeln. Als Mitglied begleitet Sie swiss active – IG Fitness Schweiz in der Gesundheits- und Fitnessbranche und definiert miteinander die Themen von morgen, welche den Alltag unserer Mitglieder prägen. Gemeinsam mit den Mitgliederinstitutionen ist swiss active für die Einzelcenter, Kettenbetreiber und Kursanbieter da. swiss active – IG Fitness Schweiz verschafft den Mitgliederinteressen in der Politik, bei den Medien und in der Öffentlichkeit Gehör. Arbeitgeberpolitisch ausgerichtet engagiert sich der Verband für gute Rahmenbedingungen der Branche.

swiss active – IG Fitness Schweiz

Roger Erni
Postfach | CH-3000 Bern
info@swissactive.ch | www.swissactive.ch



Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG)

Die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) qualifiziert derzeit über 8.400 Studierende zum Bachelor of Arts Fitnessökonomie, Sportökonomie, Fitnessstraining, Gesundheitsmanagement und Ernährungsberatung und sowie zum Bachelor of Science Sport-/Gesundheitsinformatik. Drei Master-of-Arts-Studiengänge (Prävention und Gesundheitsmanagement, Fitnessökonomie, Sportökonomie), ein MBA-Studiengang (Sport-/Gesundheitsmanagement), ein Graduiertenprogramm zur Vorbereitung auf eine Promotion sowie zahlreiche Hochschulweiterbildungen runden das aktuelle Angebot ab. Erweitert wird das Studienangebot ab 2023 durch den Bachelor of Arts Sport- und Bewegungstherapie. Mehr als 4.300 Unternehmen setzen auf die Studiengänge beim Themenführer und Testsieger der Branche. Die staatlich anerkannte und unbefristet akkreditierte Deutsche Hochschule besitzt auch einen Studienstandort in Zürich.

Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement

Prof. Dr. Sarah Kobel
Albisriederstrasse 226 | CH-8047 Zürich
schweiz@dhfpg.de | www.dhfpg.ch





Personal Trainer

JETZT
STARTEN

safs.com

Infos &
Anmeldung





Das Training als positive Erfahrung

Positive Erfahrungen im Fitnesscenter bieten

Was bringt die einen Menschen zum Ausüben eines Sports, während viele andere Menschen körperlich nicht aktiv sind? «Eine entscheidende Rolle scheint zu spielen, welches Gefühl diese Menschen mit Sport verbinden», erläutert die akkreditierte Zertifiziererin Dr. Kirsten Koch für das Label Qualitop in ihrem Fachbeitrag. Deshalb sei es von grosser Wichtigkeit, dass das Training im Fitnesscenter mit einer positiven Erfahrung verbunden wird. Lesen Sie, was das für die Anbieter konkret bedeutet.

Aus Umfragen ist bekannt: Für sportlich nicht aktive Menschen sind die wichtigsten wahrgenommenen Hindernisse: Zeitmangel und fehlender Zugang zu Sportmöglichkeiten sowie Sicherheitsfragen und das Gefühl der Inkompetenz. Eine entscheidende Rolle scheint zu spielen, welches Gefühl diese Menschen mit Sport verbinden. So berichten viele Erwachsene von Gefühlen der körperlichen Unzulänglichkeit und verschiedenen Befürchtungen, die sie von der Teilnahme an körperlicher Aktivität abhalten.

Was motiviert Menschen überhaupt zum Sport?

Die allgemeinen Motive für körperliche Aktivität sind zunächst einmal schnell erfasst: «Spass haben», «fit und trainiert sein», «Freude an Bewegung» und «Zusammensein mit Kolleginnen und Kollegen» sind die häufigsten Motive. Im Laufe des Lebenszyklus kommen hier leichte Verschiebungen hinzu. So sind jüngere Erwachsene eher durch Herausforderungen und die Entwicklung von Fähigkeiten und Fitness motiviert, während ältere Erwachsene für die Aufrechterhaltung der Gesundheit und des Vergnügens teilnehmen. Auch spielt die Persönlichkeit eine entscheidende Rolle bei der Ausübung eines Sports.

Übereinstimmungen in den Persönlichkeiten von sportlich aktiven Menschen

Verschiedene Studien zeigen unter Einbezug des Fünf-Faktoren-Modell «Big Five» (siehe Abb. 1) einen Zusammenhang von

drei Persönlichkeitsmerkmalen und der Motivation für Sport. Beeinflusst wird dadurch sowohl die Sportart, die Häufigkeit und deren Beibehaltung (Box, A.G. et al. 2019). So geben regelmässig Trainierende in der Regel eine grössere Extraversion und Gewissenhaftigkeit an, während Nicht-Trainierende einen grösseren Neurotizismus aufweisen. Während Extraversion für eine gesprächige, energische und durchsetzungsfähige



Abb. 1: Big Five Modell

Persönlichkeit steht, wird Neurotizismus gekennzeichnet durch Eigenschaften wie nervös, risikoscheu und ängstlich.

Für den Einstieg in eine Sportart oder ein neues Fitnesscenter hat sich entsprechend eine ausgeprägte Extraversion als wichtig erwiesen. Zusätzlich ist für die Konstanz der Ausübung von Sport ein hohes Mass an Gewissenhaftigkeit notwendig, da Sport im Erwachsenenalter mit Planung, Organisation und einem gewissen Mass an Selbstdisziplin zu tun hat. Neurotizismus ist hinderlich für das Ausübung von Handlungen und viele Situationen werden von diesen Menschen als Stress erlebt, sobald sie keine Kontrolle über Geschehnisse haben und in neuen Situationen nicht wissen, was sie erwartet. Auch zeigen diese Menschen wenig intrinsische Motivation für Sport.

Spass und positive Emotionen sind wichtige Faktoren für Trainingstreue

Was stärkt die intrinsische Motivation für Sport? Motiviertes Verhalten im Sport basiert auf der Befriedigung von den Grundbedürfnissen der Autonomie, Beherrschung und sozialen Verbundenheit (Deci & Ryan, 2008).

Demzufolge ist eine Person bei einer Aktivität um so autonomer und damit intrinsisch motivierter, je stärker sie sich dabei selbst verwirklicht (z. B. Herausforderung, Spass, Stressbewältigung). Dass Spass am Training auch im Fitnesscenter eine grosse Rolle spielt, wurde in einer Untersuchung bestätigt. In dieser Studie wurde die Trainingsintensität und entsprechend individuelle Trainingsanpassung als essentiell für eine gewisse Bindung und Konstanz im Training beobachtet (Teixeira et al., 2022).

Spass scheint ein wichtiger Prädiktor für die Absicht, weiter zu trainieren und für die Trainingsgewohnheiten und die Trainingstreue zu sein. So steht im Fokus von Untersuchungen die Trainingsintensität: Der Punkt, an dem die Trainingsintensität die Freude negativ beeinflusst, ist bei Individuen sehr verschieden – bei vielen untrainierten Einsteigern ist er meistens sehr viel früher erreicht als bei sportlich trainierten Menschen. Das unterstreicht die Notwendigkeit, besser zu verstehen, wie dieser Wendepunkt vorzeitig erkannt werden kann und durch positive Erfahrungen verhindert wird. Denn es hat sich gezeigt, dass viele zögerliche Personen, die sich endlich für ein Fitnesscenter entscheiden, dieses wenig frequentieren und schliesslich wieder aussteigen.

Zielgruppe der inaktiven Menschen

Das übergreifendes Persönlichkeitsmerkmal von inaktiven Menschen ist, wie oben erwähnt, die Vorsicht und Ängstlichkeit verbunden mit dem Bedürfnis nach Kontrolle. Zusätzlich haben diese Menschen überproportional oft negative Emotionen aufgrund schlechter Erfahrungen mit Sport. Wie fühlen sich diese Menschen im Fitnesscenter eher willkommen und wohler? Die sportlichen Angebote für Inaktive sollten möglichst niederschwellig angelegt werden beispielsweise durch Kennenlernangebote mit niedriger Trainingsintensität, bei der individuell auf die körperlichen Gegebenheiten und den Bedarf der Person eingegangen wird.

Das allein reicht aber nicht. Möglich wäre, diese Zielgruppe als Kunden durch Angebote wie zusätzlich mentaler Betreuung in das Center zu holen und damit zu halten. Denkbar sind digitale Plattformen, auf denen diese Kunden parallel zum Training ihre Fortschritte eintragen können und sich mit einem Trainer nicht nur zu den Übungen, sondern auch zu ihren Zielen und ihrer jeweiligen Motivation beraten, entweder digital oder im Center. In Untersuchungen zeigte sich, dass die persönliche Ansprache nach wie vor einen grossen Effekt auf die Motivation hat.

Qualität bieten durch eine intelligente und individuelle Betreuung der Kunden

Der Ausstieg aus dem Fitnesscenter in den ersten Monaten wird oft auf eine unzureichende professionelle Betreuung und Überwachung zurückgeführt – was auch auf einen unzureichenden Umgang mit Lust und Unlust in den ersten Wochen oder Monaten des Trainings bezogen wird (Rand et al., 2020; Faria et al., 2021). So werden individuelle Vorlieben und Toleranz nicht immer ausreichend bei Trainingsvorgaben oder -überwachung berücksichtigt (Teixeira et al., 2021b), obwohl die Anpassung der Übungen in ihrer Intensität und Belastung das Trainingsverhalten und die Kundentreue verbessern kann.

Entsprechend ist wichtig, dass Anbieter über die Bewertung von Übungen und Methoden zur Begleitung der Trainierenden nachzudenken – nur so verbessert sich die Beratung und Anpassung der Aktivitäten für den Einzelnen. Eine Voraussetzung dafür sind hochwertige Ausbildungen und Schulungen der Betreuer in den Fitnesscentern. Die Aufgabe der Betreuer ist es, Intensitätsmerkmale zu verstehen und Trainingsvariablen besser zu überwachen und anzupassen. Diese individuellen Anpassungen zusätzlich zu einer mentalen Unterstützung fördern die Motivation und Trainingstreue der Kunden und bewegen mehr Menschen zu Aktivitäten im Fitnesscenter.



Dr. Kirsten Koch

Dr. Kirsten Koch ist Zertifiziererin für das Label Qualitop.

www.qualitop.ch

Literaturliste

Biddle Stewart, Nanette Mutrie, et al. 2021: *Psychology of Physical Activity: Determinants, Well-Being and Interventions*. Routledge; 4. Edition

Box A.G. et al. 2019: Individual differences influence exercise behavior: how personality, motivation, and behavioral regulation vary among exercise mode preference Helyon, Volume 5, Issue 4

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-Determination Theory: A Macrotheory of Human Motivation, Development, and Health. *Canadian Psychology*.

Rand, M., Goyder, E., Norman, P., and Womack, R. (2020). Why do new members stop attending health and fitness venues? The importance of developing frequent and stable attendance behavior. *Psychol.*

Teixeira D.S. et al. *Front. Psychol.*, 18 February 2022: Enjoyment as a Predictor of Exercise Habit, Intention to Continue Exercising, and Exercise Frequency: The Intensity Traits Discrepancy Moderation Role

Teixeira, D. S., et al. (2021b). Preference for and tolerance of the intensity of exercise questionnaire (PRETIE-Q): validity, reliability and gender invariance in portuguese health club exercisers. *Curr. Psychol.*



Indoor Cycling – Der Boom ist zurück!

Der ultimative Fatburner Indoor Cycling ist wieder in der Fitnesswelt zurück! Die optimale Kombination aus Ausdauertraining in der Gruppe und jeder Menge Spass gehört zu den beliebtesten Kursen weltweit!

Die Nachfrage nach Indoor-Cycling-Kursen ist riesengross! In abgedunkelter Atmosphäre und zu pushenden Beats wird aktuell in den Fitnesscentern trainiert. Es ist viel mehr als ein Fatburner, es ist ein Lifestyle! Die Teilnehmer nehmen den Rhythmus auf – sprinten und climb so schnell sie können! Dabei schwitzen sie, atmen tief und pushen sich gemeinsam in der Gruppe!

Das Herzstück der boomenden Indoor-Cycling-Kurse sind die Kursleiter. Entscheidend dabei ist die Kompetenz. Als Kurs-

leiter sind Theorie- und Praxiswissen aus den Bereichen Technikgrundlagen, Stundenkonzeption sowie die Organisation und Planung von Indoor-Cycling-Stunden unabdingbar!

Die SAFS bietet mit einer Kompaktausbildung eine qualitative und schnelle Möglichkeit, sich zum Kursleiter Indoor Cycling ausbilden zu lassen!

Die nächsten Termine:

26.11.2022 | Zürich

18.01.2023 | Zürich

Alles zum Ausbildungsablauf und weitere Ausbildungstermine sind unter www.safs.com zu finden!

Weiterbildung – Wie du es willst

Die SAFS-Weiterbildungen bieten die Möglichkeit, das eigene Wissen zu vertiefen und zu erweitern! Die Teilnehmer können die Angebotsvielfalt flexibel nutzen, denn die Weiterbildungen werden vor Ort sowie digital angeboten! Zum Ende des Jahres sind spannende Themen, die man sich nicht entgehen lassen sollte, sicher.

- 09.10. | Trainingssteuerung im Indoor Cycling
- 15.10. | Vegane Ernährung – gesund?
- 16.10. | Existenzgründung
- 29.10. | Group Fitness Management
- 05.11. | Erfolgreiches Livestream-Training
- 13.11. | Basics Skills für erfolgreiche GF-Instruktoren

Viele weitere interessante Weiterbildungen auf www.safsweiterbildung.ch entdecken!





In die Zukunft investieren – Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis

Hohe Fachkompetenz wird von den Fitnesscenterkunden erwartet! Dies zu erfüllen ist mit SAFS-qualifizierten und geschulten Mitarbeitern eine Leichtigkeit!

Mit der Ausbildung zum Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis Fachrichtung Fitness- und Gesundheitstraining verfügen die Mitarbeiter eines Fitnesscenters über hohe Fachkompetenz. Gekonnt werden von ihnen Übungen und Methoden so ausgewählt, dass die

Kunden die Trainingsziele sicher erreichen. Dabei beraten und betreuen sie die Kunden kompetent und zuvorkommend.

Insgesamt zwölf Ausbildungsmodule ergeben das Konzept für die berufsbegleitende SAFS-Weiterbildung zum Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis.

Alles zu den Ausbildungsmodulen und zum Ausbildungsablauf sind unter www.safs.com zu finden!

GESUNDHEITSTRAINER – GEFRAGT IN DER FITNESSBRANCHE

Die Ausbildung zum Gesundheitstrainer ist massgeblich auf die Zukunft in der Fitnessbranche zugeschnitten. In der Ausbildung werden wichtige Themen wie Pathologie sowie gesundheitsförderndes Training für Kunden der nicht übertragbaren Erkrankungen vermittelt. Nach der Ausbildung sind die Teilnehmer befähigt, Kunden mit Beschwerden/Erkrankungen zu betreuen und zu beraten. Ziel ist es, Betroffene gegebenenfalls aus ihrer Passivität herauszuführen und ihre körperliche Gesundheit durch Bewegung zu fördern bzw. ihre Beschwerden zu lindern.

Die nächsten Termine:
14.11.2022 | Zürich

Alles zum Ausbildungsablauf und weitere Ausbildungstermine sind unter www.safs.com zu finden!





Das International Standards Meeting (ISM) 2022

EuropeActive ist stolz darauf, Partner der Woche der beruflichen Qualifikationen und des Pakts für Kompetenzen der Europäischen Kommission zu sein und sein International Standards Meeting (ISM) am 3. und 4. November dieses Jahres in Prag abzuhalten. Diese prestigeträchtige Veranstaltung bietet allen Akteuren, die an der Professionalisierung der Arbeitskräfte im Europäischen Fitness- und Bewegungsbereich Interesse zeigen, die perfekte Gelegenheit, sich in einer informativen, anregenden und interaktiven Atmosphäre mit Kollegen und Freunden zu treffen und neue Kontakte zu knüpfen.

Die Europäische Woche der beruflichen Kompetenzen ist eine Initiative der Europäischen Kommission, um die Attraktivität der beruflichen Aus- und Weiterbildung zu steigern und Jugendlichen und Erwachsenen zu helfen, ihr Potenzial voll auszuschöpfen. Die ISM als Treffpunkt für Berufsbildungsanbieter, Arbeitgeber, nationale Verbände sowie Fachkräfte bietet das perfekte Forum für die Umsetzung der Ziele der Skills Week im Fitness- und Bewegungssektor.

Die ISM hat sich zu einer der wichtigsten Berufsbildungsveranstaltungen in Europa entwickelt, mit dem Ziel, eine hohe, vergleichbare und standardisierte Ausbildung von Fitnessfachleuten zu gewährleisten. Die diesjährige 13. Ausgabe der ISM wird im beeindruckenden Hotel Hermitage in der Nähe der Moldau in der schönen Stadt Prag stattfinden. Das ISM findet zum ersten Mal seit zwei Jahren wieder vor Ort statt und bietet Bildungsanbietern, Arbeitgebern und anderen Interessengruppen die ideale Gelegenheit, sich an einem historischen Ort in Europa zu treffen und die laufende Entwicklung von Berufsbildungsstandards zu diskutieren.

Das diesjährige ISM-Thema «Gemeinsam vorankommen durch professionelle Standards» spiegelt die neue Strategie von EuropeActive «Gemeinsam vorankommen» für 2022–2025 wider. Diese Strategie stellt den ehrgeizigsten Wachstumsplan für EuropeActive und für die gesamte Branche in der Geschichte des Verbandes dar – und Standards stehen im Mittelpunkt dieses Plans. Das diesjährige Programm beinhaltet anregende Präsentationen u. a. von Dr. Paul Bedford, dem «Guru der Kundenbindung», über die Fähigkeiten, die Fitnesstrainer benötigen, um Kunden zu binden sowie von Dr. Silvano Zanuso, Technogym's Scientific and Research Manager, über die digitale Vernetzung der Gesundheits- und Fitnessbranche. Anna Szumilevicz vom EuropeActive Professional Standards Committee wird ausserdem interaktive Sitzungen zur Entwicklung von Standards von Health Coaches bis hin zu Pilates-Lehrern leiten. Sie freut sich auf zahlreiche Anregungen und einen regen Austausch.

EuropeActive ist auch stolz darauf, Mitglied des Pakts für Kompetenzen der Europäischen Kommission zu sein. Dies ist eine der Leitinitiativen im Rahmen der Europäischen Kompetenzagenda für nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit, soziale Gerechtigkeit und Widerstandsfähigkeit. Ziel ist es, politische Unterstützung und technische Hilfe für Qualifizierungs- und Umschulungsmassnahmen ihrer Mitglieder bereitzustellen. Die ISM in Prag wird erneut die perfekte Gelegenheit bieten, die erklärten Ziele des Pakts für Kompetenzen innerhalb des Fitness- und Bewegungssektors zu fördern.

Weitere Informationen sowie Anmeldung unter:
<https://www.europeactive.eu/event/ISM22>

Fitnessbranche bündelt ihre Kräfte auf globaler Ebene

Die Pandemie hatte nicht nur negative Auswirkungen auf die Gesundheit der Menschen weltweit, sondern beeinträchtigte auch unsere Lebensweise erheblich. Die führenden Politiker der Welt mussten die Zusammenarbeit verstärken, um die Krise zu überwinden und die erheblichen wirtschaftlichen, sozialen und politischen Kosten zu begrenzen. In diesem Zusammenhang hat sich der Sektor Fitness und körperliche Betätigung mobilisiert und vereinbart, die Zusammenarbeit zwischen seinen repräsentativen Verbänden weltweit zu verstärken, um eine allgemein anerkannte gesellschaftliche Lösung für die öffentliche Gesundheit und das Wohlbefinden zu werden.

Vor diesem Hintergrund haben die Präsidenten und Geschäftsführer der nationalen Verbände der Fitnessbranche aus sechs Kontinenten beschlossen, das World Active Forum (WAF) als formalisierten globalen Treffpunkt und künftiges kollektives Vertretungsorgan zu gründen. Darüber hinaus beschlossen 29 europäische nationale Verbände der Fitness- und Bewegungsbranche am 7. April, die Gründung des World Active Forums zu unterstützen, um eine weltweite Vertretung ihrer Branche zu gewährleisten.

Das World Active Forum, das am 20. Juni bei einem virtuellen Treffen der führenden Vertreter der Mitgliedsverbände offiziell ins Leben gerufen wurde, soll die Verbände der Fitnessbranche weltweit miteinander verbinden und der Fitness- und Bewegungsbranche auf globaler Ebene eine einheitliche Stimme verleihen. Die WAF-Gemeinschaft und ihr Netzwerk verpflichten sich zu einem Höchstmass an Verantwortlichkeit, Offenheit und Transparenz und haben sich zunächst für «more people, more active, more often» als Motto und öffentlichen Auftrag entschieden.

Barrie Elvish, der CEO von AUSactive, wurde von seinen Kollegen zum Interimsvorsitzenden der WAF ernannt. Er wird bei

seinen Aufgaben von einem Interimssekretariat unterstützt, das vorübergehend von EuropeActive geführt wird, aber auch von zwei stellvertretenden Vorsitzenden und einer Lenkungsgruppe. Die WAF wird sich auch aus einer Unterarbeitsgruppe «Governance», die direkt der Lenkungsgruppe Bericht erstattet, sowie aus vier Arbeitsgruppen zusammensetzen. Die Struktur des WAF basiert auf einem leistungsorientierten Ansatz, der die besten und klügsten Köpfe der Branche zusammenbringt, aber auch auf geografischer Ausgewogenheit und der Einbeziehung von Frauen und Männern.

An der letzten Sitzung des World Active Forums, die Mitte August stattfand, nahm Dr. Fiona Bull, Leiterin der Abteilung für körperliche Aktivität der Weltgesundheitsorganisation, teil. In einem Dialog mit den WAF-Mitgliedern betonte sie die Notwendigkeit, körperliche Aktivität auf globaler Ebene zu fördern und forderte alle Akteure der Branche auf, mit einer klaren und kohärenten Stimme zu sprechen.

Alle an dieser globalen Plattform beteiligten Akteure werden sich auf die Vorbereitung des World Active Summit konzentrieren, der im April 2023 während der FIBO Global Fitness stattfinden soll, sowie auf die Schaffung der Grundlagen für eine globale, integrative und transparente World Active Federation.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an thesecretariat@world-active.com



Anzeige

DEUTSCHE
SPORTAKADEMIE

DEINE ZIELE.
DEINE AKADEMIE!

Weitere Infos!



Jetzt Aus- und Weiterbildung starten:

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

DSSV-Studie zur Entwicklung der Fitnessbranche



Der DSSV e. V. hat eine Umfrage zur Entwicklung der Fitnessbranche im ersten Halbjahr 2022 durchgeführt und die erhobenen Daten in Zusammenarbeit mit der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) sowie der fitness Management international ausgewertet. Die Corona-Pandemie hatte sich seit Anfang 2020 negativ auf die Branche ausgewirkt: Die Mitgliederanzahl in deutschen Fitness- und Gesundheitscentern sank erheblich. Laut der aktuellen Studie zeichnet sich nun aber für die ersten sechs Monate dieses Jahres ein leichter Aufschwung ab – und das trotz aktueller Krisen wie dem Ukrainekrieg und steigenden Energiekosten. So konnte am 30. Juni 2022 bereits ein Zuwachs von 280 000 Neumitgliedern verzeichnet werden.

www.dssv.de

Foto: Sylliana – adobe.stock.com

Gipfeltreffen zur Verschreibung von Bewegung



Ärztliches Fachpersonal soll verstärkt Bewegung verschreiben – so der Grundgedanke des Gipfeltreffens unter dem Motto «Bewegungsförderung in der Prävention – Bewegung auf Rezept?!» am 17. Juni 2022 an der Universität Hamburg. Auf Einladung des Sports, Medicine and Health Summit (SMHS) haben sich mehr als 30 Vertreter von mehr als 20 Institutionen aus Politik, Sport, Medizin und von Krankenkassen auf eine intensivere Zusammenarbeit verständigt. Die Idee der Expertenrunde ist es, die Verschreibung von Bewegung in ärztlichen Praxen zu verstärken, denn in der Gesundheits- und Bewegungsförderung stellt das «Rezept für Bewegung» zur Aufnahme von körperlicher Betätigung ein unersetzliches Instrument dar.

www.dssv.com

Foto: OPO HANSEER SERVICE/Hanser & Co. GmbH

Matrix offizieller Partner der European Championships Munich 2022



Matrix konnte sich über eine Kooperation als Partner im Spitzensport freuen: Als Official Fitness Service Provider der European Championships 2022 in München unterstützte der Gerätehersteller Sportler mit Fitnessgeräten in Trainingsstätten und Aufwämbereichen. Mit der auf sportartspezifische Ansprüche ausgerichteten und hochprofessionellen Ausstattung konnten sowohl intensives Training als auch aktivierende und regenerative Einheiten garantiert werden. 50 Jahre nach Olympia hatten vom 11. bis zum 21. August rund 4700 Athleten aus 50 Nationen an den Europameisterschaften in München teilgenommen, um sich in neun Sportarten zu messen: Beachvolleyball, Kanu, Klettern, Leichtathletik, Radsport, Rudern, Tischtennis, Triathlon und Turnen.

www.fitnessmanagement.de

Foto: Lorenz Baur

«Better & stronger» – Das war der Aufstiegskongress 2022 in Mannheim

Am 7. und 8. Oktober fand im Mannheimer m:con Congress Center Rosengarten wieder «live und in Farbe» der Aufstiegskongress statt. Endlich konnten sich aktive Gesundheitsgestalter wieder persönlich austauschen, nachdem der Fachkongress zwei Jahre lang ausschliesslich online veranstaltet wurde.

Auch in diesem Jahr durften sich die Besucher des Aufstiegskongresses über zahlreiche spannende und inspirierende Vorträge aus den Bereichen Management, Fitness, Coaching, Gesundheit, Ernährung und Betriebliches Gesundheitsmanagement freuen: Durch die von Top Speakern vorgestellten praxisnahen Themen liessen sich wertvolle Impulse für

Fitness- und Gesundheitsbetriebe mitnehmen. In der angeschlossenen Partner-Ausstellung konnten sich die Teilnehmenden zudem über Neuheiten sowie aktuelle Trends und Innovationen am Branchenmarkt informieren.

Ein ganz besonderes Highlight war auch die Speakers Corner: Hier bot sich die Möglichkeit, mit den renommierten Referenten nach den Vorträgen in Kontakt zu kommen und sich intensiv und persönlich auszutauschen. Neben der Beantwortung individueller Fragen gaben die Fachleute Interessierten bestimmt auch gerne den ein oder anderen Extratipp mit auf den Weg.

Save the date

Merken Sie sich jetzt schon den Termin für den Aufstiegskongress 2023 vor! Vom 5. bis zum 7. Oktober heisst es in Mannheim dann wieder: zusammenkommen für einen regen und nachhaltigen Austausch der Branche!

Weitere Informationen und Eindrücke rund um den Aufstiegskongress finden Sie unter: www.aufstiegskongress.de

 AUFSTIEGSKONGRESS 2022

**BETTER
&
STRONGER**

Foto: DHFPG

Anzeige

wanzl

Smarte Zutrittssysteme für Fitnessstudios

Access Solutions
made by Wanzl

■ Bieten Sie Ihren Mitgliedern die Möglichkeit rund um die Uhr zu trainieren. Unsere Zugangsanlagen ermöglichen Öffnungszeiten von 24h dank personalfreier Nutzung. Mit modernem Design und individuellem Branding integrieren sich unsere Gates optimal in Ihr Fitnessstudio.

Kontaktieren Sie unsere Access-Experten und erfahren Sie mehr von unseren smarten Zutrittslösungen.

Access Solutions
www.wanzl.com | access-solutions@wanzl.com





Kreuzheben – eine Übung für den Rücken oder die unteren Extremitäten?

In der Krafttrainingspraxis wird das Kreuzheben zum einen als Rückenübung und zum anderen als Übung für die unteren Extremitäten eingeordnet.

Es stellt sich also die Frage, welcher Muskelgruppe die Übung letztendlich zuzurechnen ist. Die Antwort darauf liegt in der Art und Weise, wie das Kreuzheben ausgeführt wird.

Kreuzheben als Übung für die unteren Extremitäten

Sowohl beim Kreuzheben als auch bei der Kniebeuge arbeiten primär dynamisch die Streckmuskulatur der unteren Extremitäten sowie statisch die Mm. erector spinae (autochthone Rückenmuskulatur) im Bereich der Lendenwirbelsäule. Unterschiede bestehen nur in der Positionierung der Hantel und in der Hubbewegung. Daher kann das Kreuzheben als Übung für die unteren Extremitäten klassifiziert werden.

Kreuzheben als Rückenübung

Bei hohen Trainingslasten wird die Oberkörperaufrichtung nicht nur durch die Kniegelenk- und Hüftgelenkextensoren erreicht, sondern zusätzlich auch vom M. latissimus dorsi unterstützt. Sein Ansatz am Oberarm wird zum fixierten Punkt, sein Ursprungsgebiet zum Bewegungspunkt. Im Vergleich zu Latzug- oder Ruderübungen arbeitet der M. latissimus dorsi beim Kreuzheben mechanisch betrachtet in entgegengesetzter Wirkungsrichtung, denn bei ersteren ist das Ursprungsgebiet des M. latissimus dorsi der Punctum Fixum, der Ansatz am Oberarm der Punctum Mobile. Beim Kreuzheben wird der Oberkörper zu den in der Vertikalen durch die hohe Last fixierten Oberarmen gezogen. Bei Latzug- oder Ruderübungen werden wiederum die Oberarme zu dem fixierten Oberkörper gezogen.

Kreuzheben als multifunktionale Übung

Es lässt sich festhalten, dass das Kreuzheben als Übung für den Rücken und auch für die unteren Extremitäten bezeichnet werden kann. Eine trennscharfe Klassifizierung ist nicht möglich. Allerdings entsteht ein trainingswirksamer Reiz für den M. latissimus dorsi nur bei individuell hohen Trainingslasten. Es ist fraglich, ob durch das Kreuzheben für diesen Muskel im Vergleich zu klassischen Latissimusübungen ein grösserer Trainingseffekt erzielt werden kann, denn die Hubbewegung des Muskels ist bei dieser Übung stark eingeschränkt.

Mit der BSA-Akademie zum «Trainer-A-Lizenz Kraft- und Functional Training» qualifizieren

Krafttraining nimmt eine zentrale Rolle im Fitness- sowie im Athletiktraining ein. Dementsprechend unterschiedlich sind die Trainingsziele und individuellen Leistungsvoraussetzungen der Sportler. Daher benötigt es Trainer, die Kunden mit unterschiedlichen Zielen und Leistungsgrundlagen bei der Planung und Umsetzung des Kraft- und Functional Trainings qualifiziert betreuen. Teilnehmer des Lehrgangs «Trainer-A-Lizenz Kraft- und Functional Training» entwickeln Programme für das Kraft- und Functional Training, konzipieren methodische Übungsreihen zum Technikerwerb komplexer Bewegungsabläufe, führen Übungsunterweisungen durch und geben Hilfestellungen bei der Ausführung.

Weitere Informationen zum Lehrgang:
www.bsa-akademie.de/akft

NEUKUNDENGEWINNUNG MIT VOLLER POWER

DURCH DIE ACISO VERTRIEBS- UND MARKETINGEXPERTEN



ERFAHRE, WIE DU ...

- deine Verkaufsprozesse optimierst
- maximale Empfehlungsquoten erzielst
- aktive Promotion einsetzt
- dein Trainer- und Verkaufsteam im Alltag unterstützen lassen kannst
- und vieles mehr

BRING DEINEN VERTRIEB AUF HOCHTOUREN!



1 Stunde, die sich garantiert lohnt.

DAS SALES-WEBINAR
JETZT ONLINE ANSEHEN!

auf [aciso.com/sales](https://www.aciso.com/sales)



KONTAKT:
043 488 04 90
ariane.egli@aciso.com
www.aciso.com

Forschungsergebnisse im Fokus

Wissenschaft für die Trainingspraxis

Best Ager zielführend betreuen und motivieren

Constant Daily Exercise to Keep the Doctor Away: A Study of Adherence to Physical Exercise Using a Gym in Individuals Older Than 55 Years

Regelmässiges Training ist essenziell für ein langes, gesundes Leben. Wie Fitnesscenter Best Ager dabei unterstützen können, haben taiwanesische Forscher genauer untersucht.

Mittels qualitativer Befragungen wurden Interviews von 15 Trainierenden ausgewertet und die wichtigsten Aspekte für eine langfristige Trainingsmotivation zusammengefasst. Die Analysen ergaben: Neben einer qualifizierten, persönlichen Betreuung vor Ort tragen für die Befragten vor allem motivierende Ziele, sichtbare Trainingsfortschritte und die Interaktion mit anderen Mitgliedern dazu bei, regelmässig das Center aufzusuchen und sich langfristig fit zu halten. Verstärkt werden diese Aspekte durch positive Auswirkungen regelmässigen Trainings, wie bspw. eine Verbesserung des allgemeinen Gesundheitszustandes.

Wegen der demografischen Entwicklungen ist es umso wichtiger, dieser wachsenden Zielgruppe attraktive Betreuungskonzepte zu bieten, sie gezielter anzusprechen und sie somit frühzeitig für ein «Leben in Bewegung» zu motivieren.



Literaturliste

Chen, M. H., Yu, C. L. & Chang, S. H. (2021). Constant Daily Exercise to Keep the Doctor Away: A Study of Adherence to Physical Exercise Using a Gym in Individuals Older Than 55 Years. *Int J Qual Stud Health Well-being*, 16(1):1859174. Zugriff am 01.08.2022. Verfügbar unter DOI <https://doi.org/10.1080/17482631.2020.1859174>

Yoga zur Stressreduktion und Blutdrucksenkung

Effect of Yoga Intervention in the Management of Hypertension: A Preventive Trial

Die Studie untersuchte den Einfluss einer ergänzenden Yoga-intervention auf das wahrgenommene Stressempfinden und den Blutdruck von Hypertoniepatienten.

Das Studiendesign teilte 145 Bluthochdruckpatienten auf eine Interventions- sowie eine Kontrollgruppe auf. Beide Gruppen erhielten während des Untersuchungszeitraums spezifische Ernährungs- und Trainingsempfehlungen. Die Interventionsgruppe absolvierte über vier Monate zusätzlich wöchentlich eine 20- bis 30-minütige Yogasession. Der Prä-Post-Vergleich zeigte bei beiden Gruppen eine signifikante Reduktion des wahrgenommenen Stresslevels sowie auch der relevanten mittleren sys- und diastolischen Blutdruckwerte. Bei der Yogainterventionsgruppe war dieser Effekt nochmals signifikant höher als bei der Kontrollgruppe.

Angesichts dieser und zahlreicher weiterer Forschungsergebnisse erweisen sich bei Hypertonie ganzheitliche Interventionsansätze (in Therapie und in Prävention) als besonders effektiv. Gerade deshalb sind die Fitness- und Gesundheitscenter für viele Betroffenen die zentrale Anlaufstelle, um der Volkskrankheit Bluthochdruck aktiv zu begegnen.



Literaturliste

Hadaye, R. S., Shastri, S. & Salagre, S. (2021). Effect of Yoga Intervention in the Management of Hypertension: A Preventive Trial. *Int J Prev Med* 12 (1), 55.



NETZWERKTREFFEN
MOUNTAIN MOVE 23

« **FITNESS DAYS** »

30.3.-1.4.23
HOTEL SUNSTAR
GRINDELWALD

ANGEBOT >>
FRÜHBUCHER BIS 15.01.2023

DZ CHF 399.- | **DZ CHF 459.-**
EZ CHF 459.- | **EZ CHF 499.-**

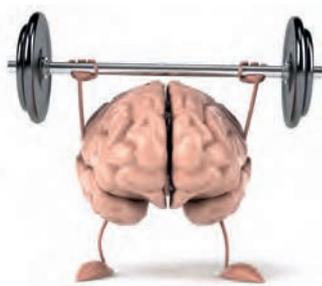
PROFITIEREN
JETZT BUCHEN



EINMAL IM JAHR IST ES SOWEIT, DIE FITNESSSZENE TRIFFT SICH IN DEN SCHWEIZER BERGEN ZUM WOHL COOLSTEN NETZWERKTREFFEN DER BRANCHE DEN MOUNTAIN MOVE FITNESS DAYS.

WWW.MOUNTAIN-MOVE.CH





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

Liegt die Zukunft in der Vergangenheit?

Die Fitnessbranche fahndet immer wieder nach neuen Trends. Schliesslich ist nur ein Gym, das mit der Zeit geht, modern und «sexy». Dieses Bild möchte ich trüben. Erinnern wir uns an das Grundsätzliche:

Was kann die Fitnessbranche besser als alle anderen? Auf einen Satz reduziert: Sie kann die Menschen kräftiger machen. Welche Übungen kräftigen in kurzer Zeit am besten? Kreuzheben, Kniebeuge, Bankdrücken, Überkopfdücken und Klimmzüge. Sind das brandneue Übungen oder bestehen diese seit den Anfängen der Branche? Eben!

All die Innovationen und Geräte, die später mit viel Prunk und Tamtam auf den Markt geworfen wurden, ersetzen für die Kräftigung der Mitglieder niemals diese Basisübungen.

Kniebeugen, Kreuzheben, Überkopfdücken, Klimmzüge, Bankdrücken werden seit Jahrzehnten überall auf der Welt von den stärksten Athleten genutzt. Wer also diese Basisübungen nicht nutzt, der vergibt eine grosse Chance, um die köstlichen Früchte des Widerstandstrainings zu ernten.

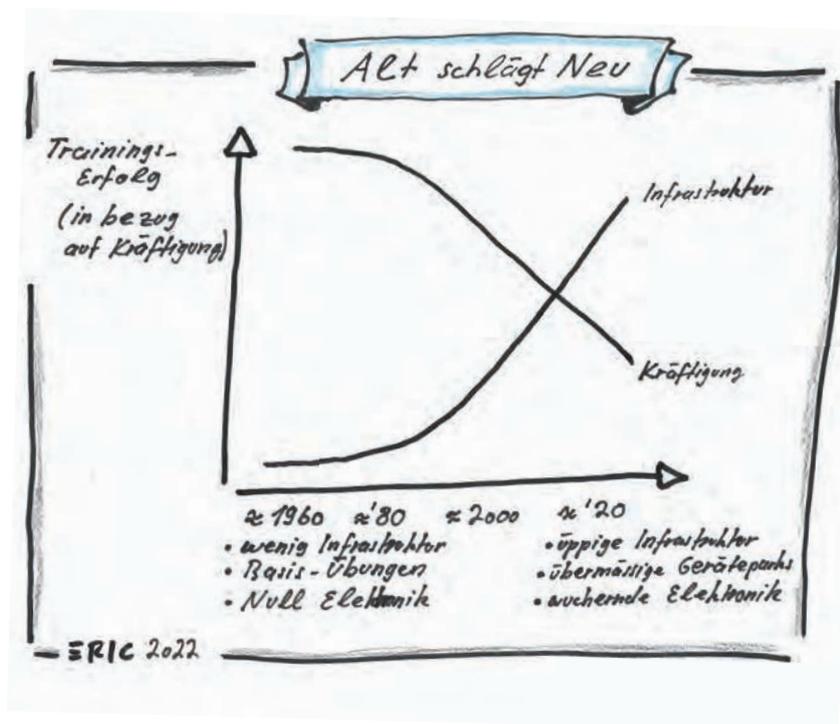
Werfen wir kurz einen Blick in die Biologie und beginnen wir mit einer Frage: Was ist das Gegenteil von fragil? Wenn Sie jetzt robust sagen, dann ist das falsch. Warum? Weil robust nur für eine neutrale Form steht. Etwas, das robust ist, ist lediglich widerstandsfähig gegen Schocks oder Belastungen. Es geht bestenfalls nicht kaputt. Aber – und das ist sehr wichtig – es wird durch Belastung nicht stärker. Nassim Taleb führte vor Jahren den Begriff «Antifragilität» ein. Antifragilität ist weit mehr als Robustheit oder Resilienz. Antifragiles wird durch Belastung besser. Antifragilität markiert die Grenze zwischen dem menschlichen Körper (lebendig/organisch) und unbelebten Objekten wie Maschine, Auto oder Computer. Unser Körper hat also antifragile Fähigkeiten. Was gebraucht wird, verstärkt sich (oder bleibt erhalten), was nicht benötigt

wird, fliegt raus. Was also nicht trainiert wird, das verkümmert bzw. wird mit der Zeit immer schwächer. Es wird fragil. Die logische Konsequenz: Je älter wir werden, desto wichtiger wird das Training der Kräftigung.

Sowohl Menschen als auch ihre Muskeln wachsen am Widerstand. Widerstand ist gute Medizin für uns, denn Wachstum ist die natürliche Reaktion auf Belastung durch Widerstand.

Die grossen Mehrgelenksübungen – am besten über den ganzen Bewegungsumfang (full range of motion) – sind wuchtige Gesundheitserreger. Warum? Krafttraining ist eben nicht nur Muskelpflege. Wer beim Krafttraining nur an Muskeln denkt, der hat es nicht verstanden. Der Körper arbeitet immer als Einheit. Stellen Sie sich vor, was im Körper alles passiert, wenn Sie eine «saubere» Kniebeuge ausführen. Nervensystem, Muskeln, Faszien, Sehnen, Bänder, Gelenke, Knochen usw. arbeiten synchron. All diese Strukturen werden gefordert und da es sich um lebendiges Gewebe handelt, wird sich dieses mit einer erhöhten Leistungsfähigkeit anpassen. Isolation ist ein Mythos! Der Mensch ist ein komplexes System.

Wer seinen Körper clever mit Lasten bedient, der erhält tolle Benefits. Deshalb sind die wöchentlichen Dates mit den Hanteln bzw. mit dem Widerstand beste Investitionen für die eigene Gesundheit und Leistungsfähigkeit. Es ist nie zu spät, um mit dem Training anzufangen, aber es ist immer zu früh, um damit aufzuhören. Auf welchem Niveau auch immer trainiert wird. Es geht um Widerstand. Punkt. Ausrufezeichen! Ob leistungsorientierte oder gesundheitsorientierte Fitness. Die Basisübungen sind der Kompass, an dem sich Trainer und Trainierende orientieren sollten. Bewegungsumfang, -geschwindigkeit oder das Gewicht mögen variieren. Der Kompass bleibt für alle gleich. Auch gilt: Schweres Training ist wichtig – doch korrektes Training ist IMMER wichtiger! (Es lohnt sich, den vorigen Satz nochmals zu lesen.)



Viele Gyms haben zahlreiche Geräte aufgestellt, die Isolationsübungen (Ein-Gelenk-Bewegungen) anbieten. Praktisch alle sind dann noch sitzend. Das mag bequem sein, doch ist es auch richtig? Sitzt der Mensch nicht schon genug? Warum dann noch im Training?

Stationen für die oben genannten Mehrgelenksübungen, die ja fast alle im Stehen ausgeführt werden, sind eher die Ausnahme. Oft hat es dafür im Gym bloss ein bis zwei Trainingsmöglichkeiten. Also irgendetwas für eine Randgruppe der Mitglieder. Doch es sollte umgekehrt sein. Möglichst viele Power Racks, damit sich die Mitglieder für die grundlegenden Übungen Zeit nehmen können.

Es geht um die Fokussierung auf die «Basics». Das Einfache ist ja bereits genug anspruchsvoll. Sie brauchen im Training keinen Bildschirm, der Ihnen vorgibt, wie Sie das Gewicht zu bewegen haben. Achten Sie nicht auf ein funkelnendes Display. Achten Sie auf Ihre Körperspannung, -haltung, -bewegung. Ihre Konzentration wird erheblich verbessert, indem Sie ab und an mit geschlossenen Augen trainieren. Sie müssen beim Training nicht schon wieder sitzen. Trainieren Sie stehend und aktivieren Sie die Muskelschlingen, die Ihnen dann auch im Alltag bestens dienen.

In der Branche ist in den letzten Jahrzehnten viel Neues dazu gekommen. Viele Trends sind – ungeachtet des Hypes – auch gleich wieder verschwunden. Kniebeuge und Co. sind geblieben und sie werden es bleiben. Jede Entlastung und jede Stütze im Training ist immer auch eine Krücke. Das ist nicht per se schlecht, aber eben auch nicht per se gut. Krücken sind immer noch dann am besten, wenn man sie später wieder weglegen kann. Die Trainingsstationen in den Fitnesscentern sind heute erheblich zahlreicher und variantenreicher als noch vor 50/60 Jahren. Vergleicht man den Erfolg der Mitglieder (im Sinne der Kräftigung), ist aber der Erfolg zeitgleich gesunken (siehe Skizze). Es ist keine Seltenheit, dass Mitglieder nach einem Jahr Fit-

nesstraining immer noch über jeden Zweifel erhaben sind, auch nur einen Klimmzug mit dem eigenen Körper durchzuführen.

Wer sich ernsthaft mit den «steinalten» Mehrgelenksübungen auseinandersetzt, der kriegt eine Körperkurvatur, von der die meisten Menschen nur träumen können. Das ist betriebswirtschaftlich hochinteressant, denn kein Mitglied kündigt sein Abo wegen zu vielem Trainingserfolg!

Es geht also mitunter auf die Rückbesinnung auf das Alte und ihren hohen Wert. Das Neue ist keineswegs das Bessere, nur weil es neu ist. Im Gegenteil: Das Alte ist oft besser als das Neue. Übrigens, das ist nicht nur im Fitnessstraining so. Ich schreibe meine Zeilen in einem Restaurant bei einer Tasse Kaffee. Tavernen gibt es bereits seit ca. 2500 Jahren und Kaffee trinken die Menschen bereits seit über 500 Jahren. Später werde ich einen Freund treffen und wir werden zusammen Wein trinken. Glas (ca. 5000 Jahre) und Wein (ca. 6000 Jahre) sind prähistorische Erfindungen. Sie sehen; viel Wertvolles im Leben ist uralte. Genau wie im Krafttraining. Leider ist es oft so: Der Mensch ist ein Meister darin, das Einfache und das Selbstverständliche auszublenden. Warum? Weil es eben einfach und selbstverständlich ist. Gehören Sie nicht dazu!



Eric-Pi Zürcher

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



Es geht weiter – jedoch anders!

In meiner Arbeit als Business Coach hatte ich in den letzten Jahren mehr mit «psychologischer Unterstützung» als mit reinen Managementthemen zu tun. Viele Menschen hatten Mühe, mit dieser unsicheren Zeit umzugehen und wenig Motivation, die Zukunft zu planen. In der Vergangenheit habe ich sehr oft über den «Wandel» geschrieben (siehe FITNESS TRIBUNE Nr. 196) und wie wichtig es ist, sich in der Veränderung sicher zu fühlen und aktiv zu werden. In dieser Kolumne möchte ich nicht auf den Wandel als solchen eingehen, sondern mehr über die Möglichkeiten für die Zukunft in verschiedenen Managementbereichen sprechen. Als Führungskraft sollten Sie mit gutem Beispiel vorangehen, den Mitarbeitern Vorbild sein und optimistisch in die Zukunft schauen.



Einige Punkte:

- Umgang mit Wandel – flexibel bleiben
- Die Unternehmensplanung der Zeit und den Umständen anpassen
- Neue Ideen einfließen lassen und mit dem Team besprechen

Qualität kontra Kosten

Viele Betriebe, welche in den 80er-Jahren gegründet wurden, haben sehr grossen Wert auf die Kundenbetreuung gelegt und sehr viel Geld für Personal (ca. 25 bis 40 Prozent des Gesamtumsatzes) ausgegeben. Solange der Kunde diesen Preis bezahlt und den Mehrwert der Leistung akzeptiert, ist das kein Problem. In der heutigen Zeit denken viele Kunden differenzierter und möchten nur noch die Dienstleistung bezahlen, welche sie effektiv nutzen – z. B. top eingerichtete Räume und gute Geräte. Auch die Kunden haben sich in den letzten 40 Jahren verändert. Durch das Internet und lange Trainingserfahrung haben einige Kunden mehr Wissen und Erfahrung als so mancher Fitnesstrainer und deshalb wollen viele nur noch von «top Spezialisten» bzw. Personal Trainern beraten werden. So ist ein neuer Berufszweig entstanden, welcher sich sehr schnell im Markt entwickelt hat. Zurzeit betreue ich diverse Clubs, welche im Premiumbereich angesiedelt sind und gerne mit selbstständigen Personal Trainern kooperieren, die viel Erfahrung und hohe Expertise mitbringen. Dies ist nur ein Beispiel von vielen, denn in allen Bereichen Ihrer Firma gibt es solche Möglichkeiten.

Einige Punkte:

- Was bedeutet bei uns Qualität?
 - Top Betreuung oder top Einrichtung?
- Was können wir uns leisten?
- Wo können wir sparen?

Digitalisierung

Die Digitalisierung und die KI (Künstliche Intelligenz) sind in allen Wirtschaftsbereichen auf dem Vormarsch und nicht mehr wegzudenken. Daher hat es grösste Priorität zu überlegen, welche der neuen Errungenschaften für Ihren Betrieb und dessen Weiterentwicklung wichtig sind – und auf was Sie gut verzichten können. Die folgenden Punkte sollte jeder für seinen Standort, für sein Konzept und seine Möglichkeiten überdenken.

- Check-in/out? – dies ist in den meisten Clubs eingeführt
- Shop im Club und/oder Onlineshop? – ist von Ihrem Konzept abhängig
- Trainingsplanung digital: Apps? – eine sehr interessante Sache, jedoch wichtig für Ihre älteren Kunden ist, dass die «normale Trainingskarte» auch ausgedruckt werden kann
- Online-Vertragsabschlüsse? – sind sicher sinnvoll und werden von den meisten Mitgliederverwaltungsprogrammen angeboten
- Digital gesteuerte Trainingsgeräte? – sind bei fast allen Anbietern Standard, jedoch ist diese Investition auch sehr stark von Ihrem Clubkonzept abhängig. Ich betreue zurzeit einige Clubs, die keine digitalisierten Geräte haben und erfolgreich sind
- Virtuelles Training – zu jeder Zeit für den Kunden abrufbar? Diese Art Training hatte vor allem während der Corona-Zeit Zulauf und viele Clubs bieten auch virtuelle Mitgliedschaften fürs Training im eigenen Zuhause an
- Vernetzung aller Bereiche? – jede Vernetzung sollte grundsätzlich genau überdacht werden und ist weitgehend von Ihrem Konzept abhängig und nicht immer sinnvoll
- Automatisierte Kurse? – als zusätzliche Dienstleistung ausserhalb der betreuten Kurse eine sehr gute Ergänzung
- Streaming von Kursen/Live-Übertragung aus dem Club? – wird schon an vielen Orten als Standard bzw. Clubdienstleistung durchgeführt – wichtig, auf die Privatsphäre der Teilnehmer zu achten – nicht alle wollen im Internet gesehen werden
- KI (Künstliche Intelligenz): der digitale Trainer? Dieser Bereich ist sicher noch in den Anfängen, jedoch sicher ein Zukunftsthema
- Marketing? Die Grundlagen im Marketing wie Positionierung, Corporate Design, Corporate Identity, Verkauf etc. werden immer bestehen bleiben, jedoch haben sich die Mittel verändert. Printwerbungen wurden sehr stark durch Online-Marketing, vor allem durch Social Media ersetzt. Die grosse Herausforderung in der Praxis ist, dass Sie einen kompetenten Mitarbeiter für diesen Bereich haben

Clubkonzepte

Um auf dem Markt konkurrenzfähig zu bleiben, ist es ein Vorteil, wenn man die Entwicklungen und die Konkurrenz genau beobachtet. Anhand neuer Trends können Sie die Tendenzen der Branche beobachten und die eine oder andere Idee in das eigene Konzept einfliessen lassen. Wichtig ist, offen zu bleiben für neue Gedanken und Strömungen sowie immer zu überlegen, welcher Punkt Sie weiterbringen könnte.

Hier einige Beispiele:

- Diverse Entwicklungen:
 - Clubs mit Zeiten für intensive Betreuung – gut organisierte Personalpläne stehen im Fokus
 - Kunde bezahlt nur, was er braucht – Raum, Geräte, Dusche etc.
 - Flexible Mitgliedschaften – z. B. Nutzung ausgewählter Bereiche, online, Outdoor etc.
- Einige Beispiele von Diversifizierung in der Fitnessbranche:
 - Fitness in Kombination mit Physiotherapie – MTT
 - Mikroclubs – meistens von Personal Trainern genutzt für «one to one» Training
 - Funktionales Training unter dem Motto «back to the roots» – eher für jüngere Kunden – bei diesen Konzepten ist die Fachkompetenz der Trainer von grösster Wichtigkeit
 - EMS-Training-Center – vor allem Mikroclubs mit persönlicher Betreuung
 - Discountclubs – Preis steht im Vordergrund
 - Outdoorbereiche – als Ergänzung teilweise sinnvoll
 - Premiumbereich – sehr teuer und gehoben, meistens nur in Grossstädten
 - Boutique-Clubs – das Ambiente steht im Vordergrund
 - Bodybuilding – vor allem für Kraftsportler spezialisiert

Meine Beispiele haben nicht den Anspruch vollständig zu sein, jedoch bin ich mir sicher, dass ich Ihnen die eine oder andere Anregung mitgeben konnte. Unsere Branche wird sich in Zukunft weiterentwickeln, jedoch sollten wir uns im Klaren sein, dass vieles nicht mehr so sein wird wie früher – «das einzige Beständige ist der WANDEL». Es ist sehr wichtig, dass Sie mit Ihrem Team oder auch mit Zuzug von externen Spezialisten Ihren Betrieb für die Zukunft auf- oder umrüsten, damit Sie erfolgreich bleiben.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen alles Gute!

Ihr Edy Paul



Edy Paul

Coacht und berät Einzelpersonen und Firmen mit eCoaching oder persönlich vor Ort (Strategie, Management, Neugründungen, Analysen, Schulungen, Konzeptentwicklungen, Raumplanung). Fitness- und Clubanalysen sowie Verkauf & Nachfolgeregelungen gehören ebenfalls zu seinen Leistungen.

Kontakt +41 79 601 42 66
edy.paul@paul-partnerag.com
www.edypaul.ch



Erfolgspotenzial Onboarding

Integrieren Sie Ihre neuen Mitarbeitenden erfolgreich und nachhaltig

Der Fachkräftemangel hat sich in vielen Branchen zusehends verschärft – auch in der Fitness- und Gesundheitsbranche. Umso wichtiger ist es, den neuen Mitarbeitern, die man gewinnt, den bestmöglichen Start zu bieten. Das Zauberwort lautet also: **Onboarding**. Denn auch für die richtige Einarbeitung von Beschäftigten bedarf es eines systematischen Managements, das die Besonderheiten der Branche berücksichtigt, und der reflektierten Vorgehensweise, um Fehler im Onboarding-Prozess zu erkennen und zu beheben.

Auf Deutsch bedeutet Onboarding so viel wie «an Bord nehmen». Es kann als strategisches Erfolgspotenzial bezeichnet werden und stellt einen zentralen Einflussfaktor im Rahmen des Employer Brandings von Fitness- und Gesundheitsunternehmen dar (Haufe, 2020; Colbus & Drack, 2020).

Onboarding mit System für ein Arbeitsverhältnis mit Zukunft

Eine schnellere und höhere Produktivität spiegelt die Wirksamkeit des Onboardings wider: Wenn erste Einarbeitungsprozesse und Schulungen von neuen Mitarbeitern oder bspw. dual Studierenden nicht nur dem Informations- und Lernfluss dienen, sondern auch die Werte des Unternehmens vermitteln sowie das Zugehörigkeitsgefühl und die Unternehmensidentifikation fördern. Der Effekt des Onboardings lässt sich aber auch in einer Reduktion von zahlreichen Kosten, wie u. a. den Kosten rund um erneute Einstellungen (Inserat, Bewerbungsverfahren, Selektion usw.), Neuausbildungskosten oder Kosten für verlorene Produktivität, erfassen. Entsprechend lohnt sich für Gesundheitsunternehmen ein detaillierter Blick auf ein strukturiertes und systematisches Onboarding und vor allem auf das Verständnis dieses Begriffs innerhalb des eigenen Unternehmens.

Weit mehr als Begrüßungsgespräch und Einarbeitungsplan

Neue Mitarbeiter gezielt «an Bord» zu nehmen, das bedeutet Onboarding. Damit ist sowohl die allgemeine Einführung eines neuen Mitarbeiters als auch die fachliche Einarbeitung und vor allem die so wichtige soziale Integration in das bestehende Mitarbeiterteam des Unternehmens gemeint (Haufe, 2020). Diese Vorgehensweise beinhaltet somit alle Massnahmen, die der Integration dienen, idealerweise beginnend mit der Vertragsunterschrift. Sie umfasst also weit mehr als nur ein Begrüßungsgespräch und einen Einarbeitungsplan:

Onboarding ist
 «...the strategic process designed to acclimate new employees into the organization and preparing them to contribute to a desired level as quickly as possible.»
 (Aberdeen Group, 2012)

Die Notwendigkeit eines Onboardings – sowohl für Arbeitnehmer als auch für Arbeitgeber – liegt auf der Hand: So hat angesichts einer Fachkräfteumfrage (Stepstone, 2018) bereits jeder dritte der Befragten mindestens einmal in seinem Berufsleben das Unternehmen in der Probezeit verlassen, u. a. da die Jobinhalte nicht den persönlichen Erwartungen aus den Bewerbungsgesprächen entsprachen. Angesichts weiterer Analysen (Haufe, 2019 & 2020) mussten 30 Prozent der Unternehmen bereits Kündigungen zwischen der Vertragsunterschrift und dem ersten Arbeitstag hinnehmen. Umgekehrt gilt schon seit Langem, «...that employees who go through a structured onboarding process are 69 % more likely to remain with the organisation after 3 years, than those who do not» (Ganzel, 1998).

Die drei Prozessphasen auf einen Blick

Onboarding-Prozesse können in zeitliche Phasen eingeteilt werden. Diese starten mit der Vertragsunterzeichnung durch den neuen Mitarbeiter und werden durch gut strukturierte Orientierungsphasen im und Integrationsphasen in das Unternehmen weitergeführt:

- **Phase 1 «Preboarding»:** von der Vertragsunterschrift bis zum ersten Arbeitstag
- **Phase 2 «Orientierungsphase»:** erster Arbeitstag und erste Arbeitswoche
- **Phase 3 «Einarbeitung und Integration»:** bis Ende der Probezeit

Die folgende Abbildung stellt die einzelnen Phasen und beispielhaften Massnahmen übersichtlich dar: ▶

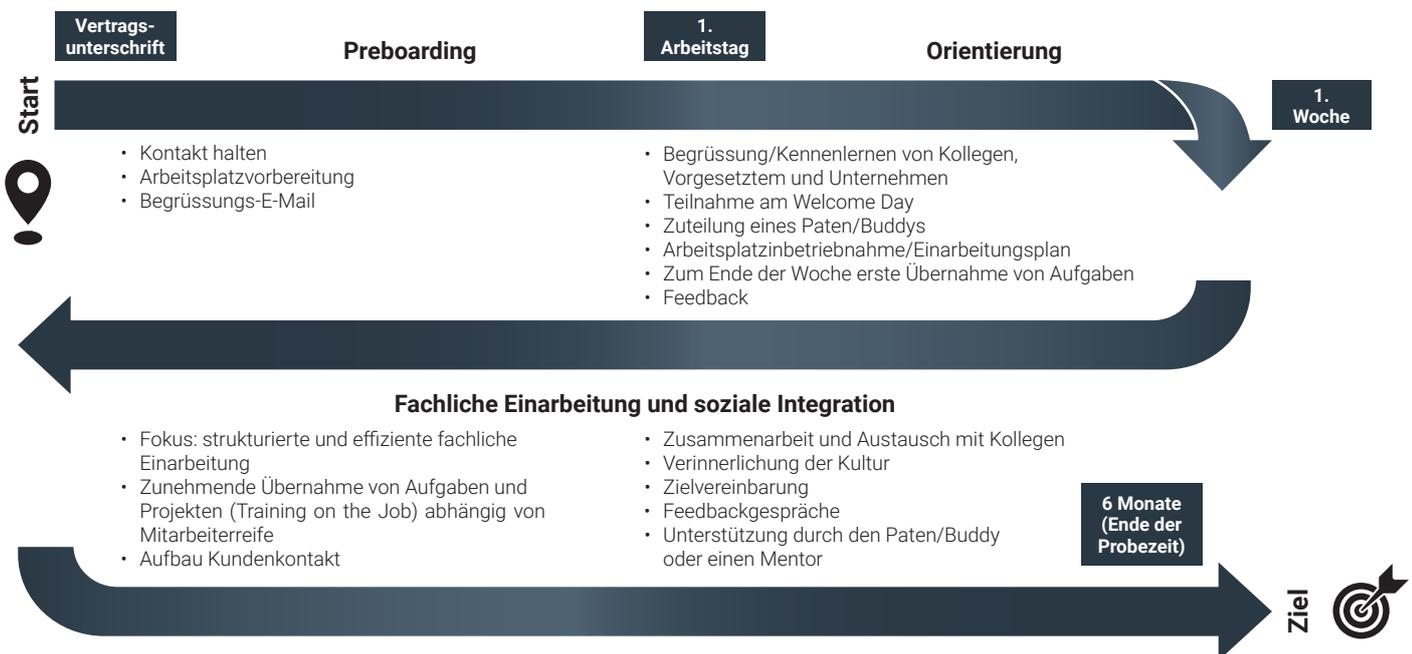


Abb. 1: Zeitliche Phasen und ausgewählte Massnahmen des Onboardings (eigene Darstellung)

Die zahlreichen durchzuführenden Massnahmen differenzieren sich nicht nur hinsichtlich der zeitlichen Phasen, sondern auch zusätzlich in Bezug auf die unterschiedlichen Ebenen, auf denen die konkreten Onboarding-Prozesse verlaufen (Haufe, 2020):

- **Ebene 1 «Fachliche Integration»:** bezieht sich auf das faktische Wissen im neuen Arbeitsbereich
- **Ebene 2 «Soziale Integration»:** umfasst alle sozialen Kontakte – vom direkten Kollegen bis zum Vorgesetzten
- **Ebene 3 «Werteorientierte und kulturelle Integration»:** bezieht sich auf alle Ziele und Grundsätze der Unternehmensphilosophie

Tipps für die Praxis

Eine grosse Bedeutung kommt gerade der letztgenannten Ebene zu. Ziel ist es hier, dass der neue Mitarbeiter direkt positive Erfahrungen macht (Candidate Experience) und unnötige, vermeidbare Enttäuschungen (gerade in unruhigen Zeiten) möglichst verhindert werden können. In allen Phasen ist darauf zu achten, dass die interaktive Gestaltung der Vermittlung von Inhalten Vorrang hat. Eine Standardpräsentation zu den Unternehmenswerten führt noch lange nicht dazu, dass der neue Mitarbeiter diese auch verinnerlicht und sie in der praktischen Arbeit auch lebt bzw. praktiziert. Ein interaktives Webinar oder ein Gespräch mit der Führungskraft sowie das tägliche aktive Vorleben dieser Unternehmenswerte führen hingegen zu einer aktiven Auseinandersetzung und «echtem Lernen».

Weitere Tipps im erfolgreichen Onboarding sind u. a. (Haufe, 2018):

1. Onboarding-Prozess muss fester Bestandteil des Unternehmens bzw. fest in dessen Strategie verankert sein
2. Eigenes Budget für Onboarding bereitstellen
3. Administrative Vorbereitungen durchführen: Mitarbeiter findet am ersten Arbeitstag komplett ausgestatteten Arbeitsplatz vor
4. Erster Arbeitstag: Vorbereiteter Einstieg und konkreter Einarbeitungsplan mit Möglichkeiten zum Netzwerken sicherstellen
5. Passgenauer Onboarding-Prozess je nach Karrierestufe, Stellenprofil und Branche

Individuelle und branchenspezifische Voraussetzungen berücksichtigen

Der letztgenannte Punkt soll noch einmal explizit in den Fokus gerückt werden: Die passgenaue Gestaltung von Onboarding-Prozessen je nach Karrierestufe oder Stellenprofil ist notwendig, da beispielsweise ein erfahrener Senior Sales Manager viel schneller die Verantwortung für ein konkretes Projekt innerhalb einer Fitnesskette übernehmen kann als ein Mitarbeiter, der gegebenenfalls zunächst erst einmal einige Schulungen benötigt. Unabhängig von der Stelle bzw. der jeweiligen Qualifikation gilt es grundsätzlich, im Rahmen der Einarbeitung von Anfang an die Stärken des Mitarbeiters oder des dual Studierenden zu nutzen und ihm entsprechende Verantwortung und Freiräume zu übertragen. Nur so kann er sich aktiv einbringen und sich weiterentwickeln, was nicht nur die Motivation, sondern auch die Loyalität und die Identifikation mit dem Unternehmen fördert (Mächler, 2020).

Das Onboarding muss des Weiteren auch zum Unternehmen und zu der jeweiligen Branche passen. Die Immobilienbranche benötigt zum Beispiel einen anderen Onboarding-Prozess als die Fitnessbranche und diese wiederum braucht etwas anderes als E-Commerce-Unternehmen. Neben den spezifischen Branchenherausforderungen sind im Kontext des Onboardings deshalb auch immer noch die aktuelle Situation und die gegenwärtigen Trends zu berücksichtigen. So hat u. a. durch die Corona-Krise und die zunehmenden Digitalisierungspotenziale das Thema «virtuelles Onboarding» branchenübergreifend an Aktualität gewonnen. Die damit einhergehenden Anforderungen müssen an anderer Stelle separat betrachtet werden.

Fazit

Auch die Kontrolle und die Evaluation von Onboarding-Prozessen sollten in der Praxis neben diesen Prozessen und Massnahmen nicht zu kurz kommen. Gerade vor dem Hintergrund, dass 59 Prozent der Unternehmen laut einer Haufe-Umfrage (Haufe, 2020) bisher keine spezifischen Kennzahlen erheben, sind solche Überlegungen hinsichtlich der Effektivitäts- und Effizienzbeurteilung dieser Einarbeitungsprozesse für Fitnesscenterbetreiber und Gesundheitsunternehmer sinnig und notwendig. Beispielhafte Kennzahlen, die hier erhoben werden sollten, können von den Zielen abgeleitet werden, die mit Onboarding verfolgt werden, z. B.: sein Wissen gern intern einbringen und sich weiterentwickeln, sich loyal gegenüber dem Unternehmen verhalten und dieses gern als attraktiven Arbeitgeber weiterempfehlen. Ein strukturiertes Onboarding-System bringt somit viele Vorteile mit sich, weshalb sich Unternehmen im Fitness- und Gesundheitsmarkt bezüglich der Einarbeitung, der Personal(weiter-)entwicklung sowie des Employer Brandings künftig – deutlich intensiver als bisher – mit diesen Ansätzen auseinandersetzen sollten. ■



Prof. Dr. Oliver Schumann

Prof. Dr. Oliver Schumann ist für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und die BSA-Akademie als Dozent, Tutor und Autor tätig. Die Schwerpunkte seiner Professur liegen in den Bereichen Strategisches Management, Neurokommunikation und Sportökonomie.

www.dhfgp-bsa.de

Auszug aus der Literaturliste

Aberdeen Group (2012). Onboarding: The Missing Link to Productivity. Zugriff am 21.09.2022. Verfügbar unter <http://docshare01.docshare.tips/files/25023/250235936.pdf>

Haufe Group (2020). 4. Onboarding Umfrage 2020. Zugriff am 15.09.2022. Verfügbar unter: <https://www.myonboarding.de/downloads/onboarding-studie-2020>

Haufe Group (2019). 3. Onboarding Umfrage 2019. Zugriff am 15.09.2022. Verfügbar unter: <https://www.myonboarding.de/downloads/haufe-onboarding-umfrage-2019>

Stepstone (2018). Onboarding im Focus. Zugriff am 13.09.2022. Verfügbar unter: <https://www.stepstone.de/wissen/warum-onboarding/>

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

Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung

mit eidg.
Fachausweis



JETZT
STARTEN

safs.com

Infos &
Anmeldung



Wie sollten sich Unternehmen positionieren?

Mit der richtigen Standortwahl zum Erfolg

Dass der Standort eines Fitness- oder Gesundheitscenters für den späteren wirtschaftlichen Erfolg eine grosse Rolle spielt, ist nicht anzuzweifeln. Umso erstaunlicher ist es, dass Betreiber die Lage ihres Centers häufig aus einem Bauchgefühl heraus und wenig rational bedingt aussuchen. Viele relevante Aspekte werden so allerdings nicht beachtet – dabei sind sie bei der Positionierung essenziell. Die folgenden Ansatzpunkte liefern wertvolle und hilfreiche Tipps, um den richtigen Standort für den eigenen Betrieb zu wählen.

«Der Verstand irrt, das Gefühl nie.» – Was als Zitat und Sinnpruch in unseren Sprachgebrauch Einzug gehalten hat, ist wissenschaftlich fundiert: Das Wechselspiel zwischen Logik und Intuition ist ein interessantes Gebiet der Psychologie und Entscheidungsforschung. Prof. Gerd Gigerenzer – Psychologe, Direktor emeritus am Max-Planck-Institut für Bildungsforschung und seit 2020 Direktor des Harding-Zentrums für Risikokompetenz an der Universität Potsdam – geht sogar so

weit zu behaupten, dass man für gute Entscheidungen manche Informationen ignorieren muss und gute Intuition nicht durch Big Data ersetzt werden kann (Gigerenzer, 2013). Doch kann ein so extremer Ansatz auch bei einer so wichtigen Entscheidung wie der Standortwahl gelten?

Die Standortwahl als wesentliches Erfolgskriterium
Sich auf einen Standort festzulegen, ist eine sogenannte kon-



stitutive Entscheidung eines Unternehmens. Sie hat langfristige Bedeutung und kann üblicherweise nicht ohne erheblichen Aufwand geändert werden. Fehlentscheidungen wirken daher über viele Jahre nach, haben grossen Einfluss auf die Erträge und Kosten des Unternehmens und somit ein hohes Schadenspotenzial. Dennoch wird vor der Neueröffnung oft mehr Zeit in die Wahl der Geräteausstattung investiert, indem umfangreiche Recherchen betrieben und Erfahrungswerte ein-

geholt werden, als in diesen essenziellen Aspekt. Dabei kann die Lage eines Centers den Erfolg unter Umständen so stark begrenzen, dass selbst das beste Konzept mit dem besten Equipment keinen langfristigen Profit erzielen kann.

Häufig ergibt sich die Standortwahl aus Zufällen oder Gelegenheiten, doch das muss nicht zwingend ein Nachteil sein. Ob der Standort aber auch zur eigenen Unternehmensstrategie passt, hängt von den entsprechenden Zielen der Geschäftsführung ab: Wird der Standort aus Imagegründen gewählt, um den Markteintritt der Konkurrenz zu verhindern, oder wird – was nachfolgend unterstellt werden soll – nach dem möglichst gewinnbringenden Standort gesucht?

Aus Sicht der Wissenschaft gesehen sollten bei der Standortwahl alle gegenwärtigen und zukünftigen Umweltzustände berücksichtigt werden. So lässt sich unter den infrage kommenden Standorten derjenige auswählen, der die Differenz zwischen standortbedingten Erträgen und Aufwendungen zugunsten der Rentabilität optimiert (Kinkel, 2009).

Auf die Praxis übertragen ist in einem ersten Schritt zu prüfen, ob die geografische Lage es ermöglicht, die betriebswirtschaftlich gesetzten Ziele zu erreichen. Erst in einem zweiten Schritt sollten technische oder juristische Themen geprüft werden.

Ist die Lage alles?

Was für die Wertermittlung von Immobilien und somit für die Kaufentscheidung von Immobilieninvestoren gilt, muss nicht zwingend auch für den richtigen Standort eines Betriebs gelten. In den meisten Branchen steht nicht der Wert des Objektes im Vordergrund, sondern künftige Umsatz- und Gewinnpotenziale. Hierfür gelten aber andere Bewertungsmaßstäbe, die meist weder von der Rechtsvertretung, der Steuerberatung oder von Immobilienagenturen zutreffend eingeschätzt werden können.

Branchen wie Hotellerie, Gastronomie und Retail sind häufig getrieben von grossen, über Jahrzehnte gewachsenen Ketten oder Franchiseunternehmen. Daher sind sie in der Prüfung sehr sicher und können auf detaillierte Erfahrungswerte und Tools zur Bewertung und Entscheidungshilfe zurückgreifen. Diese werden Filialisten oder Franchisenehmenden von der Zentrale meist kostenlos als Beratungsleistung vor der jeweiligen Standortentscheidung zur Verfügung gestellt. Ähnlich agieren mittlerweile auch grössere Fitnessketten und Franchiseanbieter.

Wo Big Data an Grenzen stösst

Speziell im Hinblick auf Einzelcenter waren solche Lösungen früher für die Betriebe schwer und nur zu sehr hohen Preisen zugänglich. Hier hat sich in den letzten Jahren viel verändert und es gibt Tools, die kostengünstig eine Vielzahl relevanter Standortdaten «auf Knopfdruck» liefern können. Werte wie Bevölkerungsdichte und -wachstum, Kaufkraft sowie öffentliche Anbindung können beliebig zu Suchprofilen kombiniert, gewichtet und auf Makro- und Mikroebene tagesaktuell abgerufen werden. Das funktioniert aber nicht nur als Abfrage für einen bestimmten Standort, sondern auch umgekehrt zur Ermittlung ▶

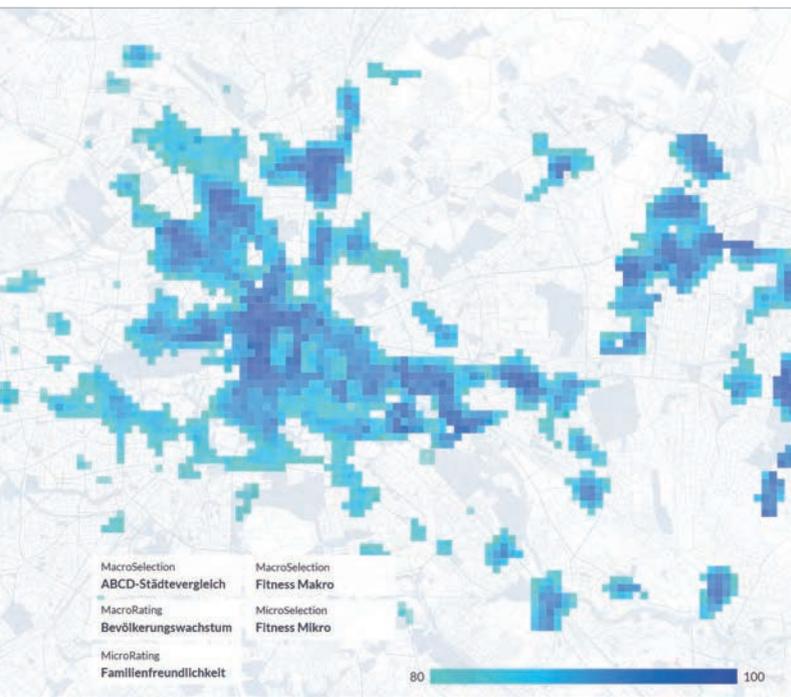


Abb. 1: Praxisbeispiel: Digitaler Überblick zum Standort Berlin mithilfe des Softwaretools der 21st Real Estate GmbH

potenzieller Lagen, die bestimmte Kriterien erfüllen, was eine erhebliche Erleichterung bei der Expansionsplanung darstellt.

Diese Tools ermitteln aus den Daten meist sogenannte Scoring-Modelle, die eine gute Entscheidungshilfe bilden können. Allerdings sollte deren Genauigkeit nicht überschätzt werden, da das Ergebnis stark von der Auswahl der Kennzahlen und deren Gewichtung abhängig ist. Eine Standortbewertung nur auf Zahlenbasis gerät spätestens bei der nachfolgenden Wettbewerbsanalyse ins Wanken. Auch wenn viele Wettbewerbsdaten online verfügbar sind, erfordert eine zutreffende Bewertung der Konkurrenz entsprechende Branchenkenntnisse und eine individuelle Ausrichtung am geplanten Konzept sowie am angestrebten Preissegment.

Als noch intuitiver stellt sich die zwingende Berücksichtigung des sogenannten lokalen Wissens, wie es in Bezug auf den Standort nur die direkte Nachbarschaft oder lange ansässige Unternehmen über Jahre entwickeln können, dar. Solche Aspekte führen oft irrational und numerisch nicht begründbar dazu, dass ein Standort von der lokalen Kundschaft angenommen wird oder nicht (Antweiler, 1998). Bei ortsansässigen Betrieben fließt dieser Aspekt meist unbemerkt und automatisch in die Entscheidung mit ein. Werden neue Gebiete erschlossen, erfordert es einen erheblichen Zeitaufwand, um mit lokaler Präsenz, Gesprächen und Befragungen ein Gefühl für den Standort zu entwickeln.

Vorher günstig, plötzlich teuer

Bei den ersten Verhandlungsgesprächen ist dann der Mietzins selbstverständlich von grosser Bedeutung. Jedoch haben bei einem Mietvertrag, der viele Jahre oder Jahrzehnte läuft, andere Faktoren ein ähnliches Gewicht – diese werden aber häu-

fig unterschätzt oder gänzlich ignoriert. Baukostenzuschuss, Indexierung, Instandhaltung, Nebenkosten, Flächenberechnung, Sicherheiten, Mithaftung, Mietbeginn und mietfreie Zeit sind nur ein paar Stichworte, die Beachtung finden sollten.

Klar im Vorteil sind hier diejenigen, die wissen, was in der aktuellen Marktsituation üblich ist und verlangt werden kann. Ist den Verhandelnden beispielsweise nicht bewusst, dass institutionelle Vermietende aufgrund der internen Cashflow-Kalkulation höchst ungern den Mietzins reduzieren, dafür aber oft alternativ hohe Summen zu Beginn für den Innenausbau bereitstellen, werden sie nicht per se auf eine Mietzinsreduktion bestehen, was aber langfristig gesehen finanziell wesentlich sinnvoller wäre. Wer hier nicht die Tricks und Kniffe kennt, sollte sich professionell beraten und in der Verhandlung begleiten lassen. Die Kosten hierfür entsprechen oft nur einem Bruchteil der Beträge, die eingespart werden können.

Praxistipp

Centerbetreiber sollten sich nicht von einem günstigen Mietpreis zur Standortrealisierung verleiten lassen, wenn auch nur die geringsten Zweifel an der gewünschten Zielgruppenfrequenz bestehen. Oft sind teurere Standorte langfristig wirtschaftlicher, wenn sie im Gegenzug mehr Umsatzsicherheit gewährleisten und performanter helfen, die sonstigen Fixkosten zu decken.

Fazit

Anstatt sich gegenseitig auszuschliessen, sollten sich Verstand und Bauchgefühl bei der Standortwahl ergänzen. Künstliche Intelligenz und Big Data verbessern die Entscheidungsqualität, können aber nicht alle wesentlichen Aspekte abbilden und den unternehmerischen Erfolg prognostizieren. Daher bleibt die Standortwahl trotz neuer Hilfsmittel eine der riskantesten betriebswirtschaftlichen Entscheidungen. Doch gerade das erhebt sie auch zu einem Erfolgspotenzial und Wettbewerbsvorteil für Betreiber, die sich engagiert, offen und mit Mut dem unternehmerischen Risiko stellen. ■



André Ehrlich

André Ehrlich ist als Dozent, Autor und Tutor an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) sowie als Referent an der BSA-Akademie tätig. Als Jurist war er viele Jahre in geschäftsführender Funktion im Fitnessmarkt aktiv. Heute ist er Inhaber einer Unternehmensberatung sowie eines Unternehmens für Immobilienberatung und -vermittlung.

www.dhfgp-bsa.de

Auszug aus der Literaturliste

Gigerenzer, G. (2013). Risiko – Wie man die richtigen Entscheidungen trifft. München: C. Bertelsmann.

Kinkel, S. (2009). Erfolgsfaktor Standortplanung: In- und ausländische Standorte richtig bewerten (2., aktualisierte Aufl.). Berlin: Springer.

Wöhe, G., Döring, U. & Brösel, G. (2020). Einführung in die Allgemeine Betriebswirtschaftslehre (27., überarbeitete und aktualisierte Aufl.). München: Franz Vahlen.

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

sidea

move smarter | get stronger | live better



**Professionelles Zubehör für Fitnessstudios,
Personal Training Center und Privatpersonen**

Kontaktieren Sie uns für mehr Informationen und besuchen Sie unsere Webseite www.sideaita.net
Fimex Distribution AG | Exclusive Distributor for Switzerland | 3250 Lyss | +4132 387 0505 | sidea@fimex.ch



Den meisten Abnemwilligen graut es vor der Vorstellung, dass sie über Tage, Wochen oder gar Monate hinweg immer nur die gleiche Kalorienmenge zu sich nehmen dürfen. Diese starre Ausrichtung beinhalten die meisten klassischen Ernährungspläne. Mit Calorie Cycling variiert die Menge der aufgenommenen Kalorien täglich. Kann das tatsächlich zum Erfolg führen? Und welche Vor- bzw. Nachteile stehen hinter dieser Methode? Diese Fragen sind Grund genug, um sich diesen Ernährungsansatz etwas genauer anzuschauen.

Eine neue Trenddiät ist das Calorie Cycling (mitunter auch als «Calorie Shifting» bekannt) nicht, sondern vielmehr eine generelle Möglichkeit, die Ernährung während des Abnehmens so zu gestalten, dass sich niedrigkalorische und höherkalorische Phasen immer wieder abwechseln, also zyklisch ändern.

Was steckt hinter Calorie Cycling?

Um eine negative Energiebilanz zu erhalten und Körperfett zu reduzieren, präsentiert ein klassischer Gewichtsreduktionsplan eine individuell festgelegte, fixe Kalorienvorgabe (z. B. 1600 kcal/Tag), die an jedem Tag der Woche eingehalten werden sollte. Anders als bei dieser herkömmlichen Herangehensweise liegt der Fokus beim Calorie Cycling nicht darauf, am Ende eines jeden Tages in der negativen Energiebilanz zu bleiben. Es zählt vielmehr, sich mit der Kalorienaufnahme insgesamt in einem festgelegten Rahmen zu bewegen, der beispielsweise wöchentlich definiert ist (vgl. Tab. 1).

Am Ende einer Woche sollte in dem Beispiel entsprechend eine Kalorienzufuhr von 11 200 kcal (1600 kcal * 7 Tage) nicht überschritten werden. Die Abnemwilligen können aber je nach Anlass und Rahmenbedingungen selbst bestimmen, wie die wöchentliche Gesamtkalorienmenge auf die einzelnen Tage aufgeteilt wird. Hier gibt es verschiedene Varianten, drei

sind in Tabelle 1 beispielhaft dargestellt. In Variante A ermöglicht ein nullkalorischer Fastentag, dass an den restlichen Tagen der Woche etwas mehr gegessen werden kann. In den Varianten B und C werden die überwiegend niedrigkalorischen Tage von einem bzw. zwei höherkalorischen Refeed-Tagen abgelöst. Egal, in welcher Form das Calorie Cycling angewendet wird, die Abnemwilligen nehmen pro Woche nicht mehr als die vorgegebene Gesamtkalorienmenge zu sich, die für ihre Gewichtsabnahme individuell erforderlich ist.

Pro Calorie Cycling

In vielerlei Hinsicht kann sich Calorie Cycling günstig auf den Abnehmprozess auswirken. So konnte in einer Studie gezeigt werden, dass die Teilnehmenden der Calorie-Cycling-Gruppe nicht nur besser bei der Gewichtsabnahme abschnitten und ein günstigeres Blutprofil aufwiesen, sondern zudem weniger Hunger verspürten und insgesamt zufriedener waren als die Teilnehmenden, die eine «übliche» kalorienreduzierte Diät machten. Letzteres kann vor allem das längerfristige Durchhalten einer Diät erleichtern (Davoodi et al., 2014). Einer der grossen Pluspunkte von Calorie Cycling ist jedoch, dass den typischen und unerwünschten metabolischen Veränderungen während einer Kalorienrestriktion, wie z. B. der Senkung des Ruheenergieumsatzes,

Tab. 1: Klassische Gewichtsreduktion vs. Calorie Cycling (eigene Darstellung)

Klassische Gewichtsreduktion		Calorie Cycling		
		Variante A 1 Fastentag	Variante B 1 Refeed-Tag	Variante C 2 Refeed-Tage
Montag	1.600 kcal	1.867 kcal	1.500 kcal	1.500 kcal
Dienstag	1.600 kcal	1.867 kcal	1.500 kcal	1.500 kcal
Mittwoch	1.600 kcal	1.867 kcal	1.500 kcal	1.800 kcal
Donnerstag	1.600 kcal	0 kcal	1.500 kcal	1.500 kcal
Freitag	1.600 kcal	1.867 kcal	1.500 kcal	1.500 kcal
Samstag	1.600 kcal	1.867 kcal	1.500 kcal	1.900 kcal
Sonntag	1.600 kcal	1.867 kcal	2.200 kcal	1.500 kcal
Gesamt	11.200 kcal	11.200 kcal	11.200 kcal	11.200 kcal

mittels der Refeed-Tage effektiv entgegengewirkt werden kann (Davoodi et al., 2014; Müller et al., 2015).

Die tägliche Kalorienaufnahme während des Abnehmens regelmässig zu variieren, bedeutet darüber hinaus aber auch mehr Freiheit und Flexibilität, was die Gestaltung der eigenen Ernährung sowie das Teilhaben an sozialen Ereignissen angeht. Ein hochkalorisches Festessen findet an einem Refeed-Tag statt und die Tage zuvor werden die entsprechenden Kalorien dafür eingespart. All jene, die neben ihrer Diät auch noch sportlich aktiv sind, können ebenfalls vom Calorie Cycling profitieren, da der beanspruchten Muskulatur während des Trainings an einem Refeed-Tag mehr Energie zur Verfügung steht. So konnte beispielsweise bei krafttrainingserfahrenen Personen nachgewiesen werden, dass ein Refeed an zwei Tagen pro Woche zu einem besseren Erhalt der fettfreien Masse sowie des Ruheenergieumsatzes geführt hat als eine kontinuierliche Kalorienrestriktion (Campbell et al., 2020).

Schliesslich soll auch der evolutionäre Aspekt nicht unerwähnt bleiben. Im Laufe der Menschheitsgeschichte stand dem Körper naturgemäss nicht jeden Tag die konstant gleiche Menge an Energie zur Verfügung, sodass er seit jeher bestens an wechselnde Phasen mit mehr und weniger Nahrungsenergie angepasst ist (Chakravarthy & Booth, 1985).

Contra Calorie Cycling

Wird in dieser Art mit der täglichen Kalorienzufuhr gar «jongliert», ist ein gewisses Mass an Aufwand vonnöten, was Abnehmwilligen bewusst sein muss. Denn ohne das genaue Führen eines Ernährungsprotokolls bzw. das Tracken sämtlicher Speisen und Getränke, die am Tag verzehrt werden, geht es nicht. Des Weiteren bedarf eine Calorie-Cycling-Woche natürlich auch einer ausführlichen Planung: Welche Mahlzeiten stehen an den niedrigkalorischen und welche an den höherkalorischen Tagen auf dem Speiseplan, damit am Ende die Energiebilanz passt? Ein wichtiger Punkt ist ausserdem, dass die kalorienreicheren Refeed-Tage nicht dauerhaft mit sogenannten Cheatdays verwechselt werden, an denen masslos

gesundheitlich eher ungünstige Lebensmittel (z. B. Fast Food und Süssigkeiten) gegessen werden. Eine ballaststoffreiche, proteinbetonte und kohlenhydratreduzierte mediterrane Ernährung, die mit hochwertigen Fetten ergänzt wird, eignet sich bestens zur Gewichtsreduktion (Gepner, 2018) und davon darf es dann auch an den Refeed-Tagen gern entsprechend mehr sein.

Fazit

Calorie Cycling ist – sofern richtig angewendet – ein sinnvoller Ansatz, um die eingeschränkte Ernährung während einer Diät flexibler zu gestalten. Dies wirkt sich während des Abnehmens in verschiedenen Bereichen positiv auf den Körper aus, wovon u. a. der Stoffwechsel durch die Aufrechterhaltung des Ruheenergieumsatzes profitiert. Letztlich sollte beim Calorie Cycling aber nicht nur das Zählen und Aufteilen der Nahrungskalorien, sondern gleichermassen die Qualität der Ernährung berücksichtigt werden, sodass sowohl an den niedrig- als auch an den höherkalorischen Tagen eine gesunderhaltende und abwechslungsreiche Ernährung im Vordergrund steht.



Theres Mosimann

Theres Mosimann ist Dozentin bei der Swiss Academy of Fitness & Sports (SAFS), hat einen Bachelor in Ernährungsberatung und ist dipl. Fachberaterin für Darmgesundheit. Sie arbeitet als Ernährungsberaterin, Personal Trainerin und Leistungsdiagnostikerin. Dabei betreut sie Kunden im Gesundheitsbereich sowie Athleten in Training und Ernährung.

www.safs.com

Auszug aus der Literaturliste

Campbell, B. I., Aguilar, D., Colenso-Semple, L. M., Hartke, K., Fleming, A. R., Fox, C. D. et al. (2020). Intermittent Energy Restriction Attenuates the Loss of Fat Free Mass in Resistance Trained Individuals. A Randomized Controlled Trial. *Journal of functional morphology and kinesiology*, 5 (1), 19.

Davoodi, S. H., Ajami, M., Ayatollahi, S. A., Dowlatshahi, K., Javedan, G. & Pazoki-Toroudi, H. R. (2014). Calorie shifting diet versus calorie restriction diet: a comparative clinical trial study. *International Journal of Preventive Medicine*, 5 (4), 447–456.

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

Resilienter mit den richtigen Tools und Erfolgsstrategien

Mentale Stärke dank Coaching

Die Coronavirus-Pandemie hat grosse Veränderungen im sozialen Alltagsverhalten ausgelöst. Auch die Wirtschaft und ihre Akteure hatten unter den negativen Folgen zu leiden. Nun stellt sich die Frage, wie sich diese Zeiten nutzen lassen, um nachhaltige, zeitgemässe und zukunftsgerichtete Veränderungen zu erreichen. Und wie kann man erreichen, die negativen und getrübtten Gefühle in positive Energie und Antrieb umzuwandeln?



Foto: Yulia – stock.adobe.com

Seit fast drei Jahren hat die Welt mit den Folgen der Corona-Krise zu kämpfen. Negative Schlagzeilen, Existenzängste, Sorgen, Stress und Einsamkeit prägen den Alltag vieler Menschen. Als Folge sind u. a. vermehrt Unsicherheit und Angst in der Gesellschaft wahrnehmbar. Diese Gefühle begründen sich nicht nur in den eventuell auftretenden gesundheitlichen Problemen, sondern auch in der möglichen Veränderung der finanziellen Situation oder auch in den psychologischen Folgen der sozialen Isolation. Psychologen rechnen daher damit, dass die Zahl der psychischen Erkrankungen, wie Depressionen oder Angststörungen, und auch die Suizidrate in der nächsten Zeit deutlich ansteigen wird (Roth & Ryba, 2021).

Trotzdem begegnen manche Menschen der Krise völlig anders: Obwohl sie ebenfalls stark davon betroffen sind, schaffen sie es dennoch, erfolgreich mit der Situation umzugehen. In der Psychologie wird diese Fähigkeit als «Resilienz» bezeichnet. Die Personen entwickeln sich also trotz gravierender Belastungen oder widriger Lebensumstände psychisch gesund. Resilienz ist eine Art psychische Widerstandsfähigkeit, man spricht auch vom «Immunsystem der Seele». Dabei ist die Resilienz kein festes Persönlichkeitsmerkmal, sondern sie entwickelt sich vielmehr im Laufe des Lebens durch die Auseinandersetzung mit Stress und Krisen (Roth & Ryba, 2021).

Schutzfaktoren für mehr Resilienz

Seit einigen Jahren befindet sich die Resilienzforschung im Wandel. Ausgehend von einem neuen Verständnis von Resilienz als dynamischer und veränderbarer Prozess wurde u. a. der Identifizierung von Resilienzmechanismen grössere Beachtung geschenkt. Auch wenn bislang keine allgemeingültige Definition vorliegt, existiert ein wissenschaftlicher Konsens über zwei grundlegende Elemente des Konzeptes:

1. Resilienz erfordert das Vorliegen eines bedeutsamen Stressors und
2. Resilienz besteht in der erfolgreichen Bewältigung dieses Stressors.

Eine Vielzahl an potenziellen Resilienzfaktoren wurde bislang untersucht. Es wird angenommen, dass sowohl interne (z. B. Bewältigungsstile, kognitive Fähigkeiten, [Epi-]Genetik) als auch externe Ressourcen (z. B. sozioökonomischer Status, soziale Unterstützung) Resilienz begünstigen. Gleichzeitig wird davon ausgegangen, dass viele der Faktoren miteinander verknüpft sind oder interagieren (Heller, 2013).

Doch durch welche konkreten Faktoren zeichnen sich resiliente Menschen aus?

Im Fokus der Forschung stehen heute Optimismus, Akzeptanz und Lösungsorientierung. Manche Autoren benennen Selbstwirksamkeit und das Vorhandensein stabiler und guter sozialer Netzwerke als grundlegende Elemente. Tatsächlich lassen sich aus zahlreichen empirischen Studien und Veröffentlichungen (Bengel & Lyssenko, 2012, 44–46) folgende Schutzfaktoren ableiten:

Interne Schutzfaktoren sind Optimismus, Empathie, Emotionssteuerung, Selbstwirksamkeitsüberzeugung und Kontroll-

überzeugung. Externe Schutzfaktoren sind der Aufbau sozialer Netze, Beziehungen am Arbeitsplatz und Unterstützung durch professionelle Angebote.

Schutzfaktoren zur Entwicklung von Resilienz
(Welter-Enderlin, 2010)

- Positive Lebensmodelle (Vorbilder)
- Entwicklung von guten Beziehungen zu Vertrauenspersonen
- Entwicklung von Eigenverantwortlichkeit
- Beziehungen, die auf Gegenseitigkeit beruhen
- Glaube an die eigene Kraft, der es ermöglicht, Schwierigkeiten anzugehen
- Überwindung der Tendenz, sich als Opfer zu fühlen
- Entwurf realistischer Ziele im Rahmen einer Langzeitperspektive
- Mit Mut auf belastende Situationen reagieren
- Perspektivenwechsel

Soziale Unterstützung als zentraler Faktor

Von allen Schutzfaktoren wurde das Konstrukt «Soziale Unterstützung» am häufigsten untersucht. Hierzu zählen neben guten und stabilen Kontakten auch professionelle Angebote, wie z. B. eine Beratung oder ein Coaching. Tatsächlich hat sich Resilienz als Konzept nicht nur in der Wissenschaft, sondern auch bereits im Coaching etabliert.

Die Wirksamkeitsforschung steht in diesem Bereich noch am Anfang. Dennoch gibt es schon zahlreiche Forschungsentwicklungen, die in eine Richtung gehen und zeigen:

Es ist zielführender, sein Augenmerk auf das Gesunde im Menschen zu richten, statt auf das Kranke (Salutogenese). Auch im Erwachsenenalter kann der Mensch fast alles erlernen und sogar manche Gene beeinflussen (Neuroplastizität und Epigenetik).

Letzteres passiert in aller Regel aber unbewusst bzw. unwillkürlich und oftmals willkürlich.

Der Schriftsteller Max Frisch (1911-1991) sagte einst: «Eine Krise ist ein produktiver Zustand, man muss ihr nur den Beigeschmack der Katastrophe nehmen.»

Dass es also insbesondere in Krisenzeiten von Vorteil ist, den Blick auf die eigenen Ressourcen zu richten, mehr von dem zu tun, was bereits gelungen ist und die bestehenden Herausforderungen als Chance statt als Gefahr zu betrachten, wird von der Aussage Max Frischs untermauert (Wenzel, Jaschke & Engelhardt, 2020, S. 1–2). Genau hier kann ein Coaching ansetzen und ebendiese Bestrebungen unterstützen. So bietet Coaching im Sinne der Hilfe zur Selbsthilfe u. a. die Möglichkeit, individuelle Ressourcen zu erkennen und zu stärken. ▶

Die grosse Frage nach dem Sinn

Die Sinnhaftigkeit nimmt dabei auch einen zentralen Platz ein. Ein Coaching kann zur Reflexion anregen, um das einer jeden Situation innewohnende Sinnhafte zu erkennen. In einer Krisen- und Belastungssituation etwas Sinnvolles zu tun oder eben etwas sinnvoll zu unterlassen, versteht man «als die Fähigkeit, den einmaligen und einzigartigen Sinn, der in jeder Situation verborgen ist, aufzuspüren» (Frankl, 2009). Hierbei geht es folglich zum einen um das Bewusstsein für die aktuelle Situation und das Anerkennen dessen, was gerade ist, und zum anderen um das Aufspüren der eigenen Möglichkeiten und die Initiierung von Veränderungen. Genau diese Fähigkeit stellt eine Art Resilienzstruktur dar, durch die Menschen flexibel und konstruktiv mit Situationen umgehen können, die sich durch Diffusität und Unberechenbarkeit auszeichnen. Im Coaching helfen hier sinnzentrierte Fragen, wie z. B.:

- Wollen und können Sie die Handlungen oder Entscheidungen, die Sie im Begriff sind vorzunehmen bzw. zu treffen, auch verantworten?
- Wer wollen Sie sein?
- Auf welche Sache wären Sie stolz, wenn Sie diese verwirklichen würden?
- Was können Sie selbst dazu beitragen?
- Was müssten Sie an Ihrer aktuellen Situation ändern, damit es besser wird?

Professionelle Unterstützung durch einen externen Coach sowie der Einsatz von Selbstcoaching-Tools sind zur Erweiterung des eigenen Verhaltensrepertoires sowie zur Stärkung der Resilienz sinnvoll. Sie können zur Selbstreflexion anregen oder eigenaktive Veränderungen anstossen und beispielsweise im Rahmen eines Coachinggesprächs empfohlen werden.

Die folgenden Selbstcoaching-Übungen können wesentliche Faktoren zur Herausbildung von Resilienz, wie u. a. Optimismus und Emotionssteuerung, stärken:

«Der positive Blick in den Tag»

Nehmen Sie sich jeden Morgen ein paar Minuten Zeit für folgende Fragen:

- Worauf freue ich mich heute?
- Was kann ich dafür tun, dass das freudige Ereignis eintreten wird?

«Energie tanken am Abend»

Nehmen Sie sich am Abend bewusst ein paar Minuten Zeit. Lassen Sie Ihren Tag Revue passieren und finden Sie dabei Antworten auf folgende Fragen:

- In welcher Situation habe ich heute ein angenehmes Gefühl verspürt?
- Wie benenne ich dieses Gefühl?
- Welche Körperhaltung hatte ich dabei?
- Was verbinde ich mit diesem Gefühl (z. B. Geruch, Geschmack, Bild, Verhalten)?

Schreiben Sie sich jeden Abend drei Dinge auf, die an diesem Tag positiv waren.

Fazit

Erst im Laufe unseres Lebens erwerben wir Resilienz – sie ist uns nicht angeboren. Dieser Erwerb erfolgt im Interaktionsprozess zwischen dem Individuum und seiner Umwelt. Resilienz ist ein dynamischer Anpassungs- und Entwicklungsprozess. Durch die Anwendung von (Selbst-)Coaching verliert eine Belastungssituation wie die Corona-Krise zwar nicht gänzlich ihren Schrecken. Sie kann aber durchaus als Chance betrachtet werden, um ebendiese psychische Widerstandsfähigkeit weiterzuentwickeln, resilienter zu werden und letztlich daran zu wachsen. Denn ähnlich wie bei einem Muskel, der sich aufbaut und stärker wird, wenn er Widerstände zu überwinden hat, kann auch die Psyche eines Menschen widerstandsfähiger werden, wenn Krisen durchlebt und bewältigt werden müssen.

Impulse für den Aufbau von Resilienz:

- Akzeptanz gegenüber Unveränderbarem entwickeln
- Bedürfnisse kennen, artikulieren und erfüllen
- Verantwortung klären und kommunizieren
- Atmung bewusst zur Emotionsregulation nutzen
- Pausen planen, nehmen und einhalten
- Dankbarkeit «praktizieren»
- Stolz als authentische Emotion erleben und bewusst machen
- Sicherheit und Entspannung als Blankoressourcen spüren und z. B. in der Meditation kultivieren ■



Heike Hofmann

Heike Hofmann, Diplom-Psychologin, ist als Dozentin für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und als Referentin für die BSA-Akademie tätig. Darüber hinaus fungiert sie als Fachautorin und stellt mit ihrer langjährigen Erfahrung im Bereich Coaching ihre Expertise in der psychosozialen Beratung unter Beweis.

www.dhfgp-bsa.de



Prof. Dr. Julia Krampitz

Prof. Dr. Julia Krampitz, Doctor of Public Health und M. A. Prävention und Gesundheitsmanagement, ist als Dozentin, Autorin und Tutorin für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und als Referentin für die BSA-Akademie tätig. Sie fungiert ausserdem als Fachautorin und gefragte Expertin in den Medien.

www.dhfgp-bsa.de

Auszug aus der Literaturliste

Heller, J. (2013). Resilienz. München: Gräfe und Unzer.

Roth, G. & Ryba, A. (2021): Coaching, Beratung und Gehirn: Neurobiologische Grundlagen wirksamer Veränderungskonzepte. Stuttgart: Klett-Cotta.

Wenzel, J., Jaschke, S. & Engelhardt, E. (2020). Digitale Beratung in der Krise – Corona fördert Telefon- und Videointerventionen. FORUM Sexualaufklärung und Familienplanung, 2, 6–9.

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

Angebot gezielt weiterentwickeln –

Jetzt dual Studierende ausbilden!

Neu

B. A. Sport- und Bewegungstherapie

- Fernstudium mit kompakten Lehrveranstaltungen
– vor Ort und/oder digital – plus betriebliche Tätigkeit
- bietet Fitness- und Gesundheitsanlagen die Chance
zur Kompetenzerweiterung im Bereich Sport- und
Bewegungstherapie
- ein Studienstart ist jederzeit möglich



safs.com/studium

Offizieller Kooperationspartner der DHfPG:

 **SAFS**
SWISS ACADEMY OF FITNESS & SPORTS



Deutsche Hochschule
für Prävention und Gesundheitsmanagement
University of Applied Sciences

Effektives Krafttraining muss nicht kompliziert sein!

Mit einfacher Methode Trainingserfolge steigern



Damit Krafttraining tatsächlich effektiv ist, muss das Training keiner wissenschaftlichen Abhandlung gleichen. Mit der 5x5-Methode, die auf komplexen Grundübungen mit der Langhantel und einer systematischen Belastungsprogression basiert, können sowohl Trainingseinsteiger als auch Fortgeschrittene ihre Maximalkraft steigern und Muskelwachstum erzeugen.

Eines der besten Beispiele für die Tatsache, dass eine Trainingsmethode zur Steigerung von Kraft und Muskelmasse entgegen vieler Vorstellungen absolut nicht hochkomplex und kompliziert sein muss, ist die 5x5-Methode. Insbesondere Einsteiger und Fortgeschrittene können sogar vom Minimalismus solcher Methoden profitieren, da diese leicht umzusetzen sind. Gepaart mit einer systematischen Belastungssteigerung von Woche zu Woche kann dies zu einer kontinuierlichen und langfristigen Umsetzung des Trainingsplans motivieren und eine Steigerung von Kraft und Muskelmasse ermöglichen (Peterson, Pistilli, Haff, Hoffmann & Gordon, 2011).

Einfach strukturiert und für jeden geeignet

Neben der ursprünglichen 5x5-Methode existieren mittlerweile unzählige Varianten, wie beispielsweise Starting Strength, Stronglifts, Madcow u. v. a. m. Das Grundprinzip der Trainingsmethode ist allerdings bei nahezu allen gleich. Man trainiert an drei Tagen pro Woche jeweils den gesamten Körper durch folgende Grundübungen mit der Langhantel:

- Kniebeugen
- Kreuzheben
- Bankdrücken
- Schulterdrücken
- Rudern

Die Übungen werden in zwei Trainingseinheiten (A und B) aufgeteilt, wobei Kniebeugen Teil beider Einheiten sind. Kreuzheben wird hingegen nur einmal pro Woche mit verringertem Belastungsumfang durchgeführt, um den unteren Rücken nicht zu überlasten. Die Reihenfolge der Einheiten ändert sich nicht, sodass Trainingseinheit A zweimal und B nur einmal pro Woche ausgeübt wird. Zwischen den Einheiten sollte jeweils mindestens ein Tag zur Regeneration eingeplant werden (Berndt, 2021).

Tab. 1: Trainingseinheiten und Übungsverteilung bei der 5x5-Methode

Einheit A (z. B. Montag)	Einheit B (z. B. Mittwoch)	Einheit A (z. B. Freitag)
5x5 Kniebeugen	5x5 Kniebeugen	5x5 Kniebeugen
5x5 Bankdrücken	5x5 Schulterdrücken	5x5 Bankdrücken
5x5 Rudern	1x5 Kreuzheben	5x5 Rudern

Trainingsplanung und -umsetzung

Die Methodenbezeichnung verrät es bereits: Man führt bei der 5x5-Methode während jeder Übung fünf Trainingssätze mit jeweils fünf Wiederholungen durch (vgl. Tab. 1). Das Kreuzheben bildet hierbei eine Ausnahme, da nach mehreren Aufwärmsets lediglich ein Arbeitssatz ausgeführt wird.

Grundvoraussetzung für das Training nach dieser Methode ist selbstverständlich, dass alle geplanten Übungen technisch korrekt absolviert werden können, da der Fokus zu jedem Zeitpunkt auf einer möglichst maximalen Bewegungsqualität liegen sollte.

Zur Fortschrittsüberprüfung sowie zur Belastungssteuerung empfiehlt sich vor Trainingsbeginn ein Krafttest, um das Fünfwiederholungsmaximum (5-RM) für alle Übungen des Trainingsplans zu ermitteln. Um zu gewährleisten, dass trotz

sukzessiver Ermüdung in jedem Trainingssatz alle geplanten Sätze mit fünf Wiederholungen absolviert werden können, sollte zu Beginn des Trainings die Trainingslast nur 80 Prozent des 5-RMs entsprechen. Die Last wird anschliessend von Woche zu Woche kontinuierlich gesteigert, wobei Anfänger aufgrund des grösseren technisch-kordinativen Verbesserungspotenzials in der Regel eine steilere Progression verwenden können als Fortgeschrittene (vgl. Tab. 2). Falls man die gesteigerte Last nicht mehr in allen Sätzen fünfmal bewältigen kann, reduziert man diese auf die Werte der Vorwoche und fährt anschliessend mit der Progression fort (Wood, Goodwin & Cleather, 2016).

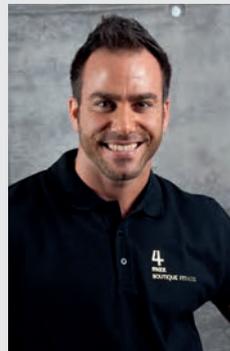
Tab. 2: Belastungsprogression bei der 5x5-Methode

	Einsteiger	Fortgeschrittene
Kniebeugen	+ 10 kg/Woche	+ 5 kg/Woche
Kreuzheben	+ 10 kg/Woche	+ 5 kg/Woche
Bankdrücken	+ 5 kg/Woche	+ 2,5 kg/Woche
Schulterdrücken	+ 5 kg/Woche	+ 2,5 kg/Woche
Rudern	+ 5 kg/Woche	+ 2,5 kg/Woche

Weitere Übungen sind bei der 5x5-Methode nicht notwendig. Sie können weiter fortgeschrittenen Trainierenden allerdings dabei helfen, mehr Muskelmasse aufzubauen oder an Schwachstellen zu arbeiten, um ihre Kraftleistung nochmals zu verbessern (Berndt, 2021).

Fazit

Durch kontinuierliche und progressiv gesteigerte Belastungen können trotz des simplen Aufbaus der 5x5-Methode beachtliche Zuwächse an Kraft und Muskelmasse erreicht werden. Sofern eine für die Kundenziele adäquate Ernährung und Regeneration eingehalten sowie auf eine optimale Bewegungstechnik geachtet wird, stellt die 5x5-Methode eine effektive Trainingsmethode dar. Insbesondere Personen mit geringerer Trainingserfahrung können mit ihr sicher an das Maximalkrafttraining herangeführt werden.



Marco Hirsiger

Marco Hirsiger ist M. Sc. Sportwissenschaft, dipl. Personal und Athletiktrainer sowie Dozent und Ausbildungsleiter an der Swiss Academy of Fitness and Sports (SAFS). Daneben ist er Inhaber seiner eigenen Personal-Training-Firma MHPT und leitet als Experte regelmässige Weiterbildungen und Seminare zum Thema Krafttraining.

www.safs.com

Literaturliste

Peterson, M. D., Pistilli, E., Haff, G. G., Hoffmann, E. P. & Gordon, P. M. (2011). Progression of volume load and muscular adaptation during resistance exercise. *European Journal of Applied Physiology*, 111 (6), 1063–1071.

Wood, P. P., Goodwin, J. E. & Cleather, D. J. (2016). Lighter and heavier initial loads yield similar gains in strength when employing a progressive wave loading scheme. *Biology of Sport*, 33 (3), 157–261.

Keine Zeit? – Kein Problem!

Mit richtiger Dosis zu effizientem Kraft- und Ausdauertraining

Zeitmangel ist ein häufig angegebener Grund gegen die Aufnahme eines regelmässigen Trainings. Allerdings ist der erforderliche Zeitaufwand für ein effektives Training deutlich geringer, als viele denken – das zeigen auch aktuelle Studien. Dieser Artikel illustriert, mit welcher Dosis im Kraft- und Ausdauertraining bereits Erfolge erzielt werden können.

Krafttraining steigert nicht nur die Muskelkraft und erhöht die Muskelmasse, sondern bringt ausserdem zahlreiche gesundheitliche Vorteile mit sich. So wird unter anderem die Ausführung von Alltagsaktivitäten, das Herz-Kreislauf-System, die Bewältigung von Rückenschmerzen oder das Verletzungsrisiko positiv beeinflusst (Case, Knudson & Downy, 2020; Ding et al., 2020; Moreno Catalá, Schroll, Laube & Arampatzis, 2018; Wang, Yao, Zirek, Reijnierse & Maier, 2019). Auch mit Ausdauertraining wird eine Reihe vorteilhafter Effekte verbunden: Verbesserungen der psychischen Gesundheit, der Lebensqualität oder des Herz-Kreislauf-Systems sind nur einige davon (Ahn & Kim, 2020; Gilani & Feizabad, 2019). Dementsprechend ist die Optimierung der eigenen Kraft und Ausdauer für eine breite Bevölkerungsgruppe empfehlenswert.

Auch wenn die positiven Effekte durchaus bekannt sind, führt nicht jeder ein regelmässiges Kraft- und Ausdauertraining durch. Als Begründung dafür werden häufig Zeitmangel und berufliche sowie familiäre Verpflichtungen genannt (Statista, 2015). Dass man trotz eines vollen Terminkalenders bereits

mit geringem Trainingsaufwand nennenswerte Fortschritte erzielen kann, bestätigt die aktuelle Studienlage.

Relevanz von Trainingsvolumen und -häufigkeit

Die zeitrelevanten Parameter beim Krafttraining sind das Trainingsvolumen und vor allem die Trainingshäufigkeit. Während die Trainingshäufigkeit die Anzahl der Trainingseinheiten pro Woche beschreibt, wird über das Trainingsvolumen die Anzahl der Sätze pro Muskelgruppe angegeben. Bezüglich der Trainingshäufigkeit wird Krafttrainingsunerfahrenen seitens des American College of Sports Medicine (2009) ein zwei- bis dreimaliges Training pro Woche empfohlen. Dabei sollte sich die Frequenz mit zunehmendem Leistungsniveau auf vier bis fünf Mal pro Woche erhöhen.

Die empfohlene Trainingshäufigkeit kann allerdings auf zeitlich stark eingebundene Personen, die mit Fitness- und Gesundheitssport beginnen möchten, demotivierend wirken. Denn ein mehrmaliges Training pro Woche wird oft mit hohem Zeitaufwand für An- und Abreise sowie mit langen Trainings-



einheiten assoziiert. Aufgrund des geringen Zeitbudgets könnte dies sofort als nicht oder nur schwer umsetzbar angesehen werden. Im ungünstigsten Fall könnten anfänglich Motivierte dadurch sogar ganz von sportlicher Aktivität und damit auch von einer eventuellen Mitgliedschaft in einer Sport-, Fitness- oder Gesundheitseinrichtung abgehalten werden.

Daher ist es für Trainer wichtig zu wissen, dass schon eine geringe Dosis Krafttraining zu massgeblichen Anpassungen führen kann. Bereits mehrere Studien zeigen, dass mit einer einzigen Trainingseinheit pro Woche positive Effekte hinsichtlich Hypertrophie und Kraftzuwachs eintreten können (Grgic et al., 2018; Ralston, Kilgore, Wyatt, Buchan & Baker, 2018; Schoenfeld, Grgic & Krieger, 2019).

Wie häufig ein Muskel pro Woche trainiert werden muss, um Muskelhypertrophie zu maximieren, wurde konkret von Schoenfeld et al. (2019) untersucht. Dabei stellten sie fest, dass durch höhere Trainingsfrequenzen signifikant grössere Effekte erzielt wurden, wenn sich durch zusätzliche Einheiten

auch das Trainingsvolumen erhöhte. Wurde das wöchentliche Volumen jedoch gleichgesetzt, konnten zwischen den Gruppen, die einmal pro Woche trainierten und den Gruppen, die ihr Training mindestens dreimal wöchentlich durchführten, keine signifikanten Unterschiede festgestellt werden. Das Forschungsteam schlussfolgerte daraus, dass Trainierende nach Belieben selbst über ihre wöchentliche Trainingsfrequenz entscheiden können, wenn das Trainingsvolumen vorgegeben ist. Zu ähnlichen Ergebnissen kam auch die Metaanalyse von Ralston et al. (2018), in der die Auswirkungen unterschiedlicher Trainingsfrequenzen auf die Muskelkraftsteigerung untersucht wurden. Die Untersuchungsgruppe leitete aus ihren Ergebnissen ab, dass geringe Trainingshäufigkeiten (low frequency [LF]; 1 Trainingseinheit [TE]/Woche) ähnliche Kraftzuwächse generieren können wie höhere Frequenzen (high frequency [HF] ≥ 3 TE/Woche), wenn das Trainingsvolumen gleichgesetzt wird. Somit sei ein LF-Training eine geeignete Möglichkeit, um bei untrainierten oder älteren Erwachsenen Kraftzuwächse zu erreichen. Darüber hinaus könne aber eine höhere Trainingsfrequenz dabei helfen, das wöchentliche ▶

Trainingsvolumen insgesamt zu steigern und damit weitere Kraftzuwächse möglich zu machen.

Auch Iverson, Norum, Schoenfeld und Fimland (2021) stellen heraus, dass das wöchentliche Trainingsvolumen für Hypertrophie- und Kräfteffekte wichtiger ist als die Trainingsfrequenz. In einem narrativen Review überprüften sie, wie Trainingsprogramme gestaltet sein müssen, um zeiteffizient Kraft und Muskelmasse zu steigern. Dabei analysierten sie neben der minimal notwendigen Trainingsfrequenz auch die Untergrenze für ein effektives Trainingsvolumen. Für Personen mit eingeschränktem Zeitbudget leiteten sie dabei ein Minimalvolumen von vier Sätzen pro Muskelgruppe pro Woche ab. Dieses kann entweder in einer längeren Trainingseinheit oder in mehreren kürzeren umgesetzt werden.

HIIT bietet zeiteffizientes Ausdauertraining

Hinsichtlich ausdauernder Belastungen bestehen – ähnlich wie beim Krafttraining – allgemeine Bewegungsempfehlungen. Um erhebliche gesundheitliche Vorteile zu erlangen, empfiehlt die Weltgesundheitsorganisation (2020) wöchentlich 150 bis 300 Minuten moderat-intensives oder 75 bis 150 Minuten intensives Ausdauertraining. Alternativ ist eine entsprechende Kombination beider Varianten möglich. Wie neue Untersuchungen zeigen, wirken sich allerdings schon geringere wöchentliche Umfänge positiv auf die Gesundheit aus. Vor allem High-Intensity Interval Training (HIIT) scheint eine zeiteffiziente Vorgehensweise zu sein, die ähnliche Auswirkungen wie ein wesentlich längeres Training mit den Dauermethoden hat und die sogar für zuvor Inaktive geeignet ist (Kettenis, 2021).

Im Jahr 2016 stellten Gillen et al. dazu Untersuchungen an: Bei sportlich inaktiven Männern testeten sie die Auswirkungen eines zehnminütigen Sprint-Intervall-Trainings (3 x 20 Sekunden Fahrradsprint unter Vollbelastung mit jeweils zwei Minuten Entlastung – 3 TE/Woche) im Vergleich zu einem 45-minütigen Training nach der extensiven Dauerperiode (ca. 70 % Hfmax – 3 TE/Woche). Hierbei konnte festgestellt werden, dass das kurze intensive Intervalltraining die kardio-metabolische Gesundheit in gleichem Masse verbessert wie das klassische Ausdauertraining nach der Dauerperiode. Denn trotz des fünffach geringeren Volumens des Intervalltrainings waren die positiven Effekte auf die kardiorespiratorische Fitness, die Insulinsensitivität und den Mitochondriengehalt nahezu identisch. Die Autoren schlussfolgerten daraus, dass ein Sprint-Intervall-Training mit einem wöchentlichen Engagement von 30 Minuten genauso effektiv ist wie 150 Minuten moderat-intensives Ausdauertraining pro Woche.

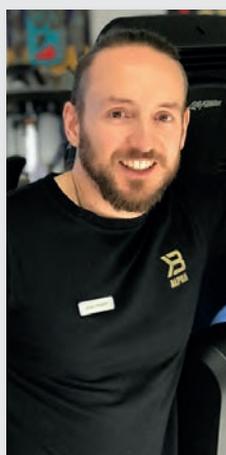
Auch bei Übergewichtigen konnten Cocks et al. (2016) diese zeiteffiziente Gesundheitswirkung auf das Herz-Kreislauf-System feststellen. In ihrer Untersuchung stellten sie einen wöchentlichen Trainingsumfang von 200 bis 300 Minuten mit der extensiven Dauerperiode einem dreimal wöchentlich durchgeführten, hochintensiven Training mit vier bis sieben Sprintintervallen gegenüber. Beide Trainingsformen bewirkten

gleiche Steigerungen hinsichtlich Kapillarisation, Insulinsensitivität und aerober Kapazität. Daraus wurde geschlossen, dass sich HIIT auch für Übergewichtige als eine zeiteffiziente Alternative zum klassischen Ausdauertraining darstellt.

Die zeitsparenden, gesundheitspositiven Effekte des HIIT bei älteren, lebenslang inaktiven Menschen konnten von Knowles, Herbert, Easton, Sculthorpe und Grace (2014) beobachtet werden. Bereits ein hochintensives Intervalltraining, das lediglich alle fünf Tage mit vier bis sechs Intervallen durchgeführt wurde, verbesserte die Einstufung der gesundheitsbezogenen Lebensqualität, die Trainingsmotivation sowie die aerobe Kapazität. Dementsprechend ist HIIT auch für Ältere mit fehlender Trainingserfahrung eine geeignete Möglichkeit, um die Gesundheit und Belastbarkeit mit geringem Zeitaufwand positiv zu beeinflussen.

Fazit

Dass Menschen erst gar nicht mit Sport beginnen, ist immer wieder auf Zeitknappheit zurückzuführen. Die aktuelle Studienlage zeigt jedoch, dass sowohl für Kraft- als auch für Ausdauertrainingseffekte nur wenig Zeit investiert werden muss. Trainer sollten daher auf eingeschränkte zeitliche Verfügungsrahmen sensibel reagieren und individualisierte zeiteffiziente Pläne erstellen. Bisher Inaktive können dadurch Zweifel hinsichtlich der Umsetzbarkeit von Sport abbauen und zur Trainingsaufnahme ermutigt werden. Langfristig ist jedoch gerade im Ausdauertraining die Grundlagenausdauer nicht zu vernachlässigen und auf einen bewegten Lebensstil zu achten. ■



Jonas Ambühl

Jonas Ambühl, MBA Sport-/Gesundheitsmanagement, ist Cheftrainer im Phoenix Fitness in der Schweiz und seit zehn Jahren Dozent an der Swiss Academy for Fitness and Sports (SAFS) tätig. Darüber hinaus war er sechs Jahre lang Prüfungsexperte der eidgenössischen Fachprüfung, seit 2017 Prüfungsexperte der eidgenössischen Fähigkeitsprüfung (Fachmann/-frau Bewegung und Gesundheitsförderung) sowie Autor der schriftlichen Prüfung für das eidgenössische Fähigkeitszeugnis.

www.safs.com

Auszug aus der Literaturliste

Gillen, J. B., Martin, B. J., MacInnis, M. J., Skelly, L. E., Tarnopolsky, M. A. & Gibala, M. J. (2016). Twelve Weeks of Sprint Interval Training Improves Indices of Cardiometabolic Health Similar to Traditional Endurance Training despite a Five-Fold Lower Exercise Volume and Time Commitment. *PLoS one*, 11 (4), e0154075.

Iverson, V. M., Norum, M., Schoenfeld, B. J. & Fimland, M. S. (2021). No Time to Lift? Designing Time-Efficient Training Programs for Strength and Hypertrophy: A Narrative Review. *Sports Med*, 51 (10), 2079–2095.

Schoenfeld, B. J., Grgic, J. & Krieger, J. (2019). How many times per week should a muscle be trained to maximize muscle hypertrophy? A systematic review and meta-analysis of studies examining the effects of resistance training frequency. *Journal of Sports Sciences*, 37 (11), 1286–1295.

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



WE MAKE FLEXIBLE

HIMTEC Rückentrainer

Swiss made 

Besuchen Sie uns im neu eröffneten Showroom

HIMTEC AG
Steinbrunnengasse 3a
5707 Seengen



Online Besuchstermin reservieren
oder
Tel. 062 772 02 55

HIMTEC.COM
Swiss made 





Aldo Fontana

Personal Trainer, Crosstraining-Athlet und DHfPG-Student

Aldo begrüsst uns mit einem sympathischen Lächeln in der Crosstraining Box der BLG Sports GmbH Kreis 9 in Zürich Altstetten. Zum Zeitpunkt unseres Besuchs unterrichtet er gerade seine Freitagsskizze. Der 25-jährige zielstrebige Züricher betreibt selbst seit acht Jahren Crosstraining und bereitet sich aktuell auf die Qualifikation für den Wettkampf Swiss Throwdown vor, der im September stattfindet. Beruflich ist er als dual Studierender und Trainer der BLG Sports GmbH sowie als selbstständiger Personal Trainer tätig. Auf seine Tätigkeit in der Fitness- und Gesundheitsbranche bereitet sich der junge Züricher mit dem dualen Bachelor-Studiengang Fitnessökonomie der DHfPG vor.

FITNESS TRIBUNE: Wie bist du auf das duale Studium der DHfPG aufmerksam geworden?

Aldo Fontana: Alles begann damit, dass ich bei der SAFS AG in Zürich den eidgenössischen Fitness Instruktor absolviert habe. Danach wollte ich eigentlich zum Militär. Jedoch habe ich bereits nach drei Wochen festgestellt, dass es nichts für mich ist. Auf der Suche nach einer neuen Herausforderung, an der ich wachsen kann, fühlte ich mich zeitweise etwas verloren. Im Hinterkopf blieb mir immer die DHfPG, die ich über die

SAFS AG kennengelernt habe. Also wagte ich den Schritt und startete meine Anfrage. Nun studiere ich Fitnessökonomie an der DHfPG am Studienzentrum Zürich bei der SAFS AG und absolviere meine betriebliche Tätigkeit bei der BLG Sports GmbH.

FT: Wie läuft die Kommunikation zwischen dir und der DHfPG ab?

AF: Du bist aus Zürich und die DHfPG hat ihren Sitz in Deutschland. Die Kommunikation ist super einfach und einwandfrei.



Wenn ich mal ein Anliegen habe, kann ich jederzeit direkt im Studiensekretariat anrufen und alles zum Studium nachfragen.

FT: Wie sieht dein typischer Arbeitsalltag aus?

AF: Ganz unterschiedlich, kein Tag ist genau gleich. Heute habe ich zum Beispiel um 05.30 Uhr mit meinen Personal-Training-Stunden begonnen. Danach hatte ich Foundations. Das sind Einführungen für die Neulinge in einer Crosstraining Box. Hier bringen wir ihnen zum Beispiel bei, wie sie mit einer Stange umgehen müssen oder erklären ihnen, wie das olympische Gewichtheben funktioniert. Danach gebe ich eine Crosstraining-Lektion. Zum Teil arbeite ich bis 21.00 Uhr. Meine Tage sind immer sehr vollgepackt. Dazwischen versuche ich immer, zu essen sowie zu trainieren und natürlich für mein Studium zu lernen. Stressig, aber mir macht es sehr viel Freude und ich lerne wahnsinnig viel.

FT: Wieso arbeitest du in einer Crosstraining Box als selbstständiger Personal Trainer und nicht in einem «klassischen» Fitnesscenter?

AF: In meiner Ausbildung an der SAFS AG zum eidgenössischen Fitness Instruktor arbeitete ich schon in einem Fitnesscenter. Dort gab es sehr unterschiedliche Kunden mit unterschiedlichen Zielen und Motivationen. Zu dieser Zeit habe ich selbst mit Crosstraining begonnen und die Kunden hier hatten alle dieselbe Motivation: fit zu sein und das auf allen Ebenen. Hier kann ich meine Kreativität völlig ausleben und

wir verfolgen alle das selbe Ziel, nämlich die fitteste Version von uns selbst zu sein. Mir gefällt auch besonders die Gruppenmotivation; man pusht sich im Crosstraining gegenseitig enorm hoch.

FT: Wie verknüpfst du im dualen Studium Theorie und Praxis?

AF: Daran arbeite ich täglich, und das ist auch das Ziel des dualen Studiums. Einerseits lerne ich die Theorie im Fernstudium und den kompakten Lehrveranstaltungen der DHfPG und andererseits setze ich in der BLG Sports GmbH das Gelernte in die Praxis um. Dadurch kann ich beide Ansätze miteinander vereinen. In den meisten Fällen funktioniert es sehr gut.

FT: Hat dir das Studium bis jetzt schon viel in deiner Selbstständigkeit genutzt?

AF: Ja definitiv, die DHfPG ist dabei eine sehr grosse Unterstützung, wie zum Beispiel mit dem Fach Marketing. Es hat mir sehr dabei geholfen, meine Website viel attraktiver zu gestalten. Auch die Crosstraining Box profitiert definitiv von meinem Studium. Vor Kurzem bin ich zum Customer Experience Manager befördert worden. Durch meine Erfahrungen aus dem Fitnesscenter und dem Studiengang Bachelor of Arts Fitnessökonomie konnten wir diesen Bereich sehr stark verbessern. Das ist echt cool, so konnte ich das, was ich im Studium gelernt habe, direkt selbst umsetzen.

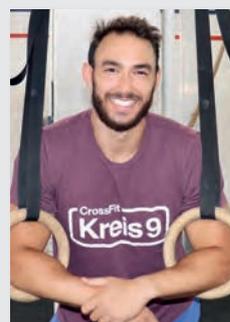
FT: Nimmst du online oder vor Ort am Unterricht teil?

AF: Ich gehe immer vor Ort in den Unterricht an das Studienzentrum in Zürich. Ich finde die direkte Interaktion mit den Dozenten vor Ort enorm wichtig. Mir fällt der Unterricht ausserdem so viel leichter und ich nehme auch viel mehr auf. Ich bin sehr froh darüber, dass man wieder vor Ort teilnehmen kann.

Die DHfPG in drei Worten?

Up to date, sachlich, ultra freundlich.

Weitere Infos zum dualen DHfPG-Studium bei der SAFS finden Sie unter www.safs.com/studium oder rufen Sie uns an unter +41 44 404 50 70.



Über den Interviewpartner Aldo Fontana

Aldo Fontana hat eine Ausbildung zum eidgenössischen Fitness Instruktor abgeschlossen, ist selbstständiger Personal Trainer und betreibt seit acht Jahren Crosstraining. Zurzeit studiert er an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) Fitnessökonomie und absolviert seinen Praxiseinsatz in einer Crosstraining Box.

Getting Stronger: Weight Training for Men and Women



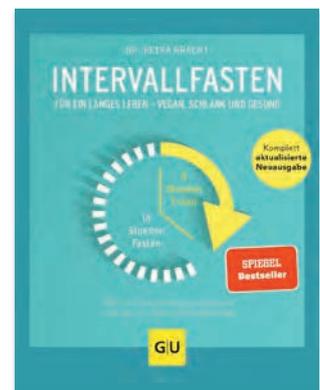
Bill Pearl hat im Jahr 1995 mit «Getting Stronger» ein Buch veröffentlicht, das heute noch als eines der besten Werke zum Thema Krafttraining angesehen wird. Nun trauert die Fitnesswelt um den Ausnahmesportler. Anlässlich seines Todes am 14. September 2022 stellen wir sein bekanntestes Buch vor. Bodybuilder Bill Pearl ist eine Legende. Er gewann fünfmal den Titel Mr. Universe und erhielt 2004 den «Arnold Schwarzenegger Lifetime Achievement Award». Nachdem er seine aktive Karriere beendet hatte, leitete er mehrere Fitnesscenter an der Westküste der USA und veröffentlichte drei Bücher. Trotz seines Alters wird «Getting Stronger» in Fachkreisen hoch gelobt und gilt als «Muss für jeden, der Grundlagen braucht». Leicht verständlich geschrieben richtet es sich sowohl an Bodybuilder als auch an Alltagsportler. «Getting Stronger» enthält spezifische Krafttrainingsprogramme für 21 Sportarten und die allgemeine Konditionierung. Es bietet mehr als 100 einseitige Fitnessprogramme, die einfach anhand der Illustrationen ausgeführt werden können. Jeder Übung ist ein Abschnitt mit spezifischen Anweisungen zugeordnet.

Pearl, Bill; Moran Gary T.: **Getting Stronger: Weight Training for Men and Women**, Shelter Publications Inc., U. S., 2005, ISBN: 9780936070049

Intervallfasten: Für ein langes Leben – vegan, schlank und gesund

Die Expertin Dr. med. Petra Bracht geht dem Ernährungstrend in ihrem Bestseller «Intervallfasten: Für ein langes Leben – vegan, schlank und gesund» auf die Spur und beleuchtet diesen aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Die gesundheitliche Wirkung von Intervallfasten ist durch zahlreiche Studien belegt. In dieser komplett überarbeiteten und aktualisierten Neuauflage finden sich neben den fachlichen Angaben auch zahlreiche Quellenangaben. Alle Übungen wurden überarbeitet, sodass sie noch besser nachvollziehbar sind.

Das Besondere an der Dr.-Bracht-Methode: Die Kombination aus einer vollwertigen, pflanzlichen Ernährung und dem eigens entwickelten Bewegungsprogramm von Schmerzspezialist Roland Liebscher-Bracht macht Intervallfasten so effektiv. Dank des konkreten 14-Tage-Programms mit Rezepten und speziellen Übungen gelingt der Einstieg kinderleicht. Werden Sie dank Essenspausen regenerationsfähiger, schlank und gesund – ohne dabei zu hungern!



Dr. med. Petra Bracht: **Intervallfasten: Für ein langes Leben – vegan, schlank und gesund**, Gräfe & Unzer Verlag, ISBN: 9783833865404

Stark gegen Schmerzen – Die besten Rezepte und Übungen gegen Arthrose und Gelenkschmerzen



Mehr als 5 Millionen Menschen in Deutschland leiden unter Arthrose. Die Schmerzen müssen einen aber nicht beherrschen, denn jeder kann selbst aktiv etwas dafür tun, um Schmerzen zu lindern oder gar zu besiegen. In ihrem Buch «Stark gegen Schmerzen – Die besten Rezepte und Übungen gegen Arthrose und Gelenkschmerzen» erläutern Bewegungs-Doc Dr. Helge Riepenhof und Spitzenkoch Holger Stromberg, warum die richtige Ernährung und gezieltes Training bei Arthrose wahre Wunder bewirken können. Dr. med. Helge Riepenhof gehört zur sportmedizinischen Elite Europas. Er war Mannschaftsarzt des AS Rom und ist seit Kurzem medizinischer Berater der NBA. Holger Stromberg erhielt mit 23 als jüngster Koch Deutschlands den Michelin-Stern und revolutionierte die avantgardistische Foodszene. Heute berät der Food-Visionär als Nutritionist Unternehmen aller Art.

Mit den mehr als 50 pflanzenbasierten Rezepten des Starkkochs und dem massgeschneiderten Übungsprogramm des Spitzen-Orthopäden liefert das Experten-Duo den perfekten Ratgeber für alle Arthrosegeplagten. So kann ein schmerzfreies Leben gelingen – ganz ohne OP und Tabletten.

Dr. med. Helge Riepenhof, Holger Stromberg: **Stark gegen Schmerzen – Die besten Rezepte und Übungen gegen Arthrose und Gelenkschmerzen**, ZS Verlag, ISBN: 9783965840942

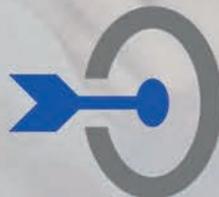
qualitop

WIR GARANTIEREN QUALITÄT

QUALITÄTSLABEL FÜR FITNESS- & GESUNDHEITSFÖRDERUNG



WIRKSAMES
TRAINING



SICHERES
TRAINING



GEPRÜFTER ANBIETER

Informationen & Anmeldung

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





Siamo e restiamo un'industria del futuro!

Dopo due anni di pandemia da coronavirus, ci si chiede quale impatto abbia avuto questo evento sullo sviluppo del settore del fitness in Svizzera. Per dare una risposta basata sull'evidenza, per la prima volta i centri svizzeri sono stati interrogati su temi quali posizionamento, clienti e situazione finanziaria.

La presentazione dei primi «Dati chiave dell'industria svizzera del fitness» ha avuto luogo il 6 settembre 2022. Si tratta di un passo significativo per il settore, poiché lo studio quantitativo crea trasparenza sul mercato: vengono evidenziati importanti dati chiave come quelli relativi agli iscritti, agli ingressi o alle strutture dei centri, che permettono di riconoscere precocemente gli sviluppi del settore, in modo che gli operatori di questo mercato siano in grado di sfruttarne le potenzialità con successo. Inoltre, i «Dati chiave dell'industria svizzera del fitness» rappresentano una sorta di biglietto da visita per il settore, con il quale è possibile, dati validi alla mano, affermare nei confronti degli stakeholder del mondo politico ed economico la sua rilevanza come industria del futuro. Lo studio contribuisce quindi ad accrescere in modo durevole il riconoscimento del settore del fitness in Svizzera tra i diversi gruppi di interesse e a consolidare ulteriormente il suo ruolo nel sistema dei servizi sanitari. In effetti, si è riscontrato un notevole interesse da parte dei rappresentanti del settore come pure dei media.

I dati mostrano che durante la crisi dovuta alla pandemia si è registrata una forte riduzione di iscritti. Ad esempio, il numero di clienti è sceso del 12 per cento tra il 31 dicembre 2020 e il 31 dicembre 2021. Rispetto al dato pre-crisi del 2019, la perdita di iscritti ammonta addirittura al 17,8 per cento. D'altro canto, da dicembre 2020 a dicembre 2021, il numero di centri è regredito del 4,7 per cento. Più penalizzate sono state le strutture del segmento dei centri singoli, nel quale il calo è del 6,8 per cento.

Tuttavia, gli ultimi sviluppi sul mercato svizzero dimostrano anche che il comparto del fitness non ha perso il suo status di settore del futuro, anzi. Dopo molti mesi di chiusura dei centri di salute e fitness, le persone vi ritornano o vi si recano per la prima volta per preservare attivamente la propria salute. I dati relativi agli ingressi riflettono l'euforia per l'allenamento dopo l'abolizione delle restrizioni dovute alla pandemia. Mentre nel 2021 le persone facevano esercizio fisico in media 0,87 volte a settimana, la frequenza sale a 1,28 volte a settimana alla fine del primo trimestre del 2022, periodo nel quale il numero dei soci è cresciuto del 2,2 per cento. Questi sviluppi positivi si riflettono anche sull'ottimismo degli operatori: il 60,9 per cento descrive attualmente la propria situazione economica come (piuttosto) buona, mentre il 99,2 per cento prevede che la propria situazione economica migliorerà (piuttosto) nei prossimi dodici mesi. Anche se ci vorrà ancora qualche tempo prima che il settore si riprenda dai contraccolpi causati dalla pandemia, il comparto è davvero sulla buona strada per tornare alla sua antica forza.

Dopo la prima pubblicazione nel 2022, i «Dati chiave dell'industria svizzera del fitness» saranno raccolti in futuro su base annuale. Essi costituiscono la prima importante pietra per seguire gli sviluppi del mercato svizzero del fitness anche in futuro e, conoscendoli, poterlo impostare di conseguenza. Da pagina 48 di questo numero trovate le cifre presentate come pure maggiori informazioni e altri fatti relativi ai dati chiave della Svizzera.

Auguriamo buona lettura.

Il team della FITNESS TRIBUNE



Nous sommes et demeurons un secteur d'avenir!

Après deux ans de pandémie de Covid-19, on peut se demander quel est son impact réel sur l'évolution du secteur suisse du fitness. Pour répondre à cette interrogation à partir d'éléments objectifs et concrets, on a, pour la première fois, interrogé des centres suisses sur des aspects relatifs à leur positionnement, à leur nombre d'adhérents et à leur situation financière.

Les premières «Données clés de l'économie suisse du fitness» ont été présentées le 6 septembre 2022. C'est là une étape significative pour le secteur car cette étude quantitative participe à la transparence au marché : des indicateurs importants, tels que le nombre d'adhérents, le nombre de check-ins ou les structures des centres y sont détaillés ; il est possible d'anticiper les évolutions du secteur et, ainsi, identifier précocement et exploiter avec succès les potentiels des intervenants sur le marché du fitness. Les «Données clés de l'économie suisse du fitness» constituent une sorte de «carte de visite» du secteur, qui lui permet d'affirmer sa pertinence en tant que secteur d'avenir, données fiables à l'appui, auprès des parties prenantes politiques et économiques. L'étude contribue ainsi à accroître durablement l'acceptation du secteur du fitness en Suisse par différents groupes d'intérêts et à raffermir son rôle en tant que secteur au service de la santé, d'où le vif intérêt manifesté par les représentants du secteur, mais aussi par les médias.

Les données mettent en évidence un net recul des adhésions pendant la crise du Covid-19. Le nombre d'adhérents a ainsi baissé de 12,0 % entre le 31.12.2020 et le 31.12.2021. Et, par rapport aux chiffres de 2019, donc antérieurs à la pandémie, cette diminution même atteint 17,8 %. Entre décembre 2020 et décembre 2021, le nombre de centres a reculé de 4,7 %. Les plus grands perdants sont les studios particuliers qui affichent une baisse de 6,8 %.

Toutefois, les dernières évolutions du marché suisse du fitness montrent aussi que le secteur suisse du fitness n'a en rien perdu de son image de secteur d'avenir, bien au contraire. Après de longs mois de fermeture, les clients soucieux de prendre activement leur santé en main retrouvent le chemin des centres de santé et de fitness ou s'y rendent pour la première fois. Le nombre de check-ins témoigne de l'enthousiasme à reprendre l'entraînement après la levée des restrictions imposées par la pandémie. Alors que l'on s'entraînait en moyenne 0,87 fois par semaine en 2021, ce chiffre est passé à 1,28 fois par semaine à la fin du premier trimestre 2022. Le nombre d'adhérents a, quant à lui, enregistré une hausse de 2,2 % à la fin du premier trimestre 2022. Ces évolutions positives se traduisent par ailleurs par l'optimisme des exploitants : 60,9 % d'entre eux jugent leur situation économique actuelle (plutôt) bonne, 99,2 % s'attendant à ce qu'elle s'améliore (plutôt) au cours des douze mois à venir. Même s'il faudra encore un certain temps au secteur pour se remettre des revers infligés par la pandémie de Covid-19, il est sur la bonne voie pour retrouver sa vigueur passée.

Au-delà de leur première publication, en 2022, les «Données clés de l'économie suisse du fitness» seront désormais recueillies chaque année. Elles marquent une première étape majeure dans le suivi de l'évolution du marché suisse du fitness de demain, les connaissances ainsi collectées permettant de l'organiser en conséquence. Les chiffres présentés ici, ainsi que d'autres éléments et faits en rapport avec les Données clés du marché suisse, sont disponibles à partir de la page 48 de ce numéro.

Nous vous souhaitons une agréable lecture!

L'équipe de FITNESS TRIBUNE

Inserentenverzeichnis – FT Nr. 199

ACISO	61
ACTIV FITNESS / movemi AG	3
Best4health / InBody	43
BESTWIPES / RKS	36-37
Deutsche Sportakademie	57
DHfPG	81
EGYM	7
Fit interiors	95
Gym Lovers	97
Himmelbach	5
Himtec / Raiser	87
Matrix	24-25
milon	18-19
Morgenroth	96
Mountain Move	63
Neogate	4
Porsche Zentrum Zürich	12-13
Qualicert	9
Qualitop	91
Ratio	47
SAFS	29, 51, 71
seca	2
sidea	75
Soledor	31
Starpool	98
Technogym	1, 100
Wanzl	59

DESIGN FIRST.



SCHWEIZ
FIMEX
distribution ag

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

fit interiors

Schulen & Verbände



www.dhfp-g-ba.de



www.dssv.de



www.hws.ch



www.klubschule.ch



www.qualicert.ch



www.qualitop.ch



www.safs.com



www.sfgv.ch



www.sptv.ch



www.star-education.ch



www.swissactive.ch



www.swisspraevensana.ch



www.update-akademie.ch

Anzeige



Kraftsportplatten Universal-Puzzle

Universal-Puzzle ist ein nahezu unzerstörbarer Kraftsportbelag aus vulkanisiertem Gummi und schützt Ihre Böden vor Lasten und Stößen.

Die lose verlegbaren Platten sind schalldämmend, dauerelastisch, rutschhemmend und in normal oder schwer entflammbarer Ausführung lieferbar.



M SPEZIAL-
BELÄGE
morgenroth

Prospekte und Preise unter: www.sportbelag.eu
> Puzzle normal entflammbar • Puzzle schwer entflammbar

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

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

Messe- & Event-Termine

Deutschland

14. bis 17. November 2022

MEDICA, Düsseldorf

28. bis 30. November 2022

FitnessConnected, München

28. bis 30. November 2022

ISPO, München

Österreich

Siehe www.fitness.at

Schweiz

17. November 2022

Online: Bewegung auf Rezept

Siehe www.allianzbewegung.ch

21. bis 23. Oktober 2022

Mountain Move Physio Days

Netzwerktreffen, Arosa



WE LOVE YOUR GYM



GYM LOVERS
MOVING PEOPLE

Bei GYM LOVERS wachsen wir gemeinsam! Profitiere von unseren erfolgreichen Konzepten, unserer Akademie, vom Netzwerk sowie der individuellen Begleitung.

**Bei uns bekommst du keine Beratung,
bei uns bekommst du Lösungen!**

www.gym-lovers.com

Mail: info@gym-lovers.com - Mobile: 079 228 91 81





Verlags- und Anzeigenadresse:

Fitness-Experte AG
 Blumenhalde 10
 6010 Kriens - Schweiz
 Tel. +41 79 523 72 95
 fitnesssribune@bluewin.ch
 www.fitnesssribune.com

Chefredaktor und Herausgeber:
 Roger Gestach

Textredaktion und Administration:
 Fitness-Experte AG

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

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

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

Druckerei:
 Prospektus Nyomda, Ungarn

© 1988-2022 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 sechsmal jährlich in der Schweiz, Österreich und Deutschland. In der Schweiz und Österreich ist die FITNESS TRIBUNE das führende Fitness Fachmagazin. In Deutschland ist unser Magazin zwar nicht führend, aber trotzdem gerne gelesen. Fordern Sie beim Verlag die Mediendaten an und informieren Sie sich über Auflage, Verteilung und Preise.

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

Redaktionsschlussdaten 2022– 2023

Ausgabe:	Einsendeschluss für Redaktion:	Einsendeschluss für Anzeigen:	Erscheinungsdatum:
Nr. 200, Dezember 2022/Januar 2023	02.11.2022	16.11.2022	3. Woche Dezember 2022
Nr. 201, Februar 2023/März 2023	28.12.2022	11.01.2023	3. Woche Februar 2023
Nr. 202, April 2023/Mai 2023	22.02.2023	08.03.2023	2. Woche April 2023

Anzeige

IHR PARTNER FÜR SPA UND WELLNESS



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



QualiCert

CERTIFIED QUALITY

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

- *über 25 Jahre Erfahrung*
- *über 30 000 Überprüfungen vor Ort*
- *über 25 Jahre führender Know-how-Träger in Zertifizierung und Normung*



QualiCert AG

Aepplistrasse 13 . CH-9008 St. Gallen
Telefon +41 71 246 55 33 . Telefax +41 71 246 55 39
info@qualicert.ch . www.qualicert.ch

Biostrength.™

Schneller bessere Resultate.

AKTIVIERUNG UND MOTIVATION

Biofeedback und KI für Anleitung in Echtzeit



NEUROMUSKULÄRE STIMULATION

Erhöhte neuromuskuläre Aktivität



BIODRIVE SYSTEM

PATENTED

PERSONALISIERTE ROM

Korrekte ROM und Geschwindigkeit



OPTIMALE BELASTUNG

Maximale Muskelkontraktion



KORREKTE KÖRPERHALTUNG

Automatische Einstellung der Sitzposition



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

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

Entdecken Sie mehr auf technogym.com/fitnesstribune

TECHNOGYM®