

# FITNESS TRIBUNE®

Nr. 201 | Februar / März 2023



**ERFOLGREICH  
PERSONAL FINDEN**

BEI DER NO. 1 FITNESS JOBBÖRSE – [JOBFITNESS.CH](https://www.jobfitness.ch)

[fitnesstribune.com](https://www.fitnesstribune.com)

13 – 16 APR 23 Exhibition Centre Cologne

# FIBO

GLOBAL FITNESS

For a strong and healthy society.

Built by



In the business of building businesses

Get your ticket  
[fibo.com](https://fibo.com)



# Vom «Hidden Champion» zur anerkannten Zukunftsbranche

Die Bedeutung unserer Branche für die Gesellschaft und Wirtschaft ist enorm, auch wenn wir immer noch vor allem von der Politik stark unterschätzt werden. Trotz der vergangenen Jahre, die ökonomisch tatsächlich schwierig waren und uns vor grosse Herausforderungen gestellt haben, ist und bleibt die Schweizer Fitness- und Gesundheitsbranche ein Wachstumsmarkt. Doch ohne wissenschaftlich fundierte Daten ist diese Aussage kein Fakt, sondern lediglich eine Annahme. Aus diesem Grund ist es im Interesse aller Branchenmitglieder, ihr Möglichstes zu tun, um die Akzeptanz in der Gesellschaft, Wirtschaft und Politik zu steigern. Doch was kann ein einzelner Centerbetreiber dafür tun?

Die Antwort: Nehmen Sie an der Befragung zu den «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2023» teil! Um Ihnen diese Studie sowie deren fundamentalen Nutzen für die Fitness- und Gesundheitsbranche in der Schweiz näherzubringen, haben wir mit swiss active-Präsident Reto Conrad über die Eckdaten, deren Ziele und den Studienverlauf gesprochen. Das gesamte Interview finden Sie ab Seite 22.

Welche konkreten Handlungsempfehlungen sich aus Studien ergeben können, verdeutlichen auch die aktuellen Ergebnisse der Befragung von Mitgliedern und Nichtmitgliedern von Prof. Dr. Sarah Kobel, zu lesen ab Seite 44.

Neben Zahlen, Daten und Fakten sind es aber natürlich besonders die Menschen, die unsere Branche so einzigartig machen. Aus diesem Grund haben wir Yvonne Schleiss, Betreiberin des BEAT PREMIUM TRAINING, u. a. zu ihrem besonderen Fitnesskonzept und dem einzigartigen Centernamen befragt (ab S. 16). Und da Geschichte bekanntlich die Gegenwart prägt, hat sich die Redaktion der FITNESS TRIBUNE der Fitnesskette mit Kultstatus – dem Gold's Gym – gewidmet, das bald auch seine erste Niederlassung in der Schweiz eröffnet. Lassen Sie sich ab Seite 12 von dieser grossartigen Erfolgsgeschichte eines Fitnesscenters inspirieren.

Auch dürfen wir in dieser Ausgabe neben unseren alteingesessenen Kolumnisten Edy Paul (ab S. 58) sowie Eric-Pi Zürcher (ab S. 60) ein neues Gesicht begrüßen: Giusi Verre. Er wird ab sofort ebenfalls in den Ausgaben der FITNESS TRIBUNE aus

seinem Alltag in der Fitness- und Gesundheitsbranche berichten und Ihnen, liebe Lesenden, wichtige praktische Empfehlungen für noch mehr Erfolg an die Hand geben. Lesen Sie die erste Kolumne von Giusi Verre ab Seite 62.

Gleichzeitig freuen wir uns, wie in jeder Ausgabe, Ihnen mit hochwertigen und informativen Fachartikeln aktuelles Know-how für Ihre Centerpraxis präsentieren zu dürfen. Beispielsweise stellt Karsten Hübner die Wichtigkeit eines optimalen Regenerationsmanagements für den bestmöglichen Trainingserfolg heraus (ab S. 64). Angelehnt daran präsentiert Harald Gärtner in seinem Beitrag evidenzbasierte Trainingsempfehlungen für einen erfolgreichen Muskelaufbau. Robert Winzenried beleuchtet in seinem Fachartikel «Viel mehr als nur ein Trend», wie man die Erkenntnisse aus der Ernährungspsychologie nutzen kann, um das Ernährungsverhalten zu optimieren (ab S. 66).

Mit diesen aktuellen Brancheninfos, dem wissenschaftlichen Know-how und mit der Teilnahme an den «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft» können wir alle unseren ganz persönlichen Beitrag zur Akzeptanz unserer Branche leisten. Lassen Sie es uns also gemeinsam angehen!

In diesem Sinne wünschen wir viel Spass beim Lesen  
Ihre FITNESS TRIBUNE

Anzeige

# HIGHLIGHTS DIESER AUSGABE



PERSONAL FINDEN MIT  
JOBFITNESS.CH

6



MUJINGA KAMBUNDJI:  
OHNE FLEISS KEIN PREIS

8



GESCHICHTE DES GOLD'S GYM

12

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](http://www.neogate.ch)  
[info@neogate.ch](mailto:info@neogate.ch)

Kontakt

Neogate AG  
Thurgauerstrasse 117  
8152 Glattpark

Offizielle Vertretung für

**Gantner**



INTERVIEW MIT  
YVONNE SCHLEISS

16



ECKDATEN SCHWEIZ:  
AUFRUF ZUR TEILNAHME

20



HOCHKARÄTIGE VORTRÄGE AUF  
DEM FIBO CONGRESS 2023

42



MITGLIEDER UND NICHT-  
MITGLIEDER IM VERGLEICH

44



ERFOLGSFAKTOR  
REGENERATIONSMANAGEMENT

64

# INHALTSVERZEICHNIS

## SCHWEIZ

Personalgewinnung – Advertorial Jobform GmbH	6
Interview mit Mujinga Kambundji – Advertorial Technogym	8
Geschichte des Gold's Gym	12
Interview mit Yvonne Schleiss	16
Eckdaten Schweiz: Aufruf zur Teilnahme	20
Eckdaten Schweiz: Interview mit Reto Conrad	22
swiss active News	26
Swiss News	28
SAFS News	30

## INTERNATIONAL

Interview mit Dominic Meier – Advertorial Myzone	34
Zielgruppenmanagement	36
FIBO Congress	42
Implikationen für das Marketing	44
Neue Webinarreihe der Deutschen Sportakademie	50
Europe News	52
Germany News	54
DHfPG/BSA News	56

## KOLUMNE

Edy Paul	58
Eric-Pi Zürcher	60
Giusi Verre	62

## KNOW-HOW

Fachartikel Regenerationsmanagement	64
Fachartikel Fasten	66
Fachartikel Teammanagement	68
Fachartikel Gruppentraining	72
Fachartikel Hypertrophie	76
Health News	80
Education News	82
Dual studieren in der Schweiz	84
Media News	86

Svizerra italiana	88
Suisse romande	89
Inserentenverzeichnis	90
Termine und Adressen	92

Jobfitness.ch – DIE Jobbörse für die Schweizer Fitness- und Gesundheitsbranche

## Personal ~~suchen~~ FINDEN

**Damit Unternehmen erfolgreich agieren können, müssen sie schnell und effizient offene Stellen mit hochqualifizierten Beschäftigten und motivierten Auszubildenden besetzen. Mit jobfitness.ch, dem Stellenportal speziell für den Schweizer Fitness- und Gesundheitsmarkt können Arbeitgeber die Besten der Branche finden und für sich gewinnen. Erleichtern sie dann noch den Einstieg in das Unternehmen und bieten sie echte Mehrwerte, können Unternehmen ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Praktikanten sowie dual Studierenden langfristig an sich binden.**

In den vergangenen Jahren hat sich der Arbeitsmarkt vom Arbeitgebermarkt (mehr Bewerber als offene Stellen) zum Arbeitnehmermarkt (mehr offene Stellen als Bewerber) entwickelt (Rolli, 2022). Das bedeutet für Arbeitgebende, dass sie auf sich aufmerksam machen müssen, um geeignete Fach-

kräfte zu gewinnen. Die Bewerberinnen und Bewerber selbst werden also zu Beworbenen. Wie können aber Unternehmen in den Fokus von qualifizierten Fachkräften sowie Auszubildenden rücken, sich als attraktiven Arbeitgeber präsentieren und so die Besten der Branche für sich gewinnen?

## Erfolgreich agieren im «War for Talents»

Um qualifizierte Fachkräfte, Praktikums- sowie Studieninteressierte im grossen Pool an Unternehmen gerade auf sich aufmerksam zu machen, reicht es nicht aus, «mal eben» eine Stellenanzeige auf einer beliebigen Plattform zu schalten und darauf zu warten, dass sich jemand darauf meldet. Werden Sie aktiv und beachten Sie u. a. folgende Punkte, um den «War for Talents» (dt.: «Krieg um Talente»); beschreibt den zunehmend härteren Konkurrenzkampf zwischen Unternehmen um qualifizierte Fachkräfte) für sich zu entscheiden (Rolli 2022, Drack & Colbus, 2020):

- Überlegen Sie im Team, was Sie als **attraktiven Arbeitgeber von Ihrer Konkurrenz abhebt**, z. B.
  - Gibt es eine Altersvorsorge?
  - Haben Sie BGM-Angebote für Mitarbeitende?
  - Pflegen Sie einen familiären Umgang untereinander?
  - Unterstützen Sie eine Feedbackkultur, offene Kommunikation und Weiterbildungsmöglichkeiten?
  
- Gestalten Sie Ihre **Stellenanzeige ansprechend und modern**, u. a.
  - Machen Sie auf die im ersten Schritt erarbeiteten Unternehmensbenefits aufmerksam.
  - Versprechen Sie nichts, was Sie nicht halten können.
  - Machen Sie es kurz, zu viel Text schreckt ab.
  - Auch eine persönliche Note ist gern gesehen und macht das Unternehmen nahbarer.
  
- Machen Sie mit einem **professionellen Online-Auftritt** auf sich aufmerksam, z. B.
  - auf Ihrer eigenen Website
  - über Social Media
  - v. a. über einschlägige Jobportale
  - **Tipp für Centerbetreiber:** auch vor Ort ist eine professionelle Präsentation entscheidend
  
- Investieren Sie in ein **umfassendes Onboardingkonzept**, also ein System zur allgemeinen Einführung, fachlichen Einarbeitung und sozialen Integration neuer Mitarbeitenden (Schumann, 2022).

## Gut finden zum gut Finden

Bei all diesen wichtigen Schritten ist es aber die Stellenanzeige, die meist der Erstkontakt zum Unternehmen ist und daher bestmöglich positioniert werden sollte. Um sich also überhaupt potenziellen Mitarbeitenden – egal, ob qualifizierten Fachkräften, Praktikums- oder Studieninteressierten – präsentieren zu können, müssen Sie zunächst das richtige Stellenportal auswählen.

Jobfitness.ch ist die Plattform für alle Arbeitgeber und Arbeitnehmer im Zukunftsmarkt Fitness und Gesundheit. Arbeitgeber erhalten die grösstmögliche Präsenz, sprechen direkt die passende Zielgruppe mit ihrer Stellenanzeige an und können gleichzeitig von Jobsuchenden einfach und effizient gefunden werden. Sie müssen also nicht, wie es wohl in branchen-



übergreifenden Jobportalen üblich ist, noch zusätzlich gegen die Flut an Stellenangeboten ankämpfen.

## Schnell. Einfach. Kostengünstig.

Das Ziel von jobfitness.ch ist es, Arbeitgeber und Personalvermittler dabei zu unterstützen, die passenden Beschäftigten für ihr Unternehmen zu finden. Das ermöglicht eine unkomplizierte Personalsuche in allen Regionen der Schweiz und somit eine zügige Besetzung von Arbeitsstellen mit hochqualifizierten Arbeitskräften und motivierten dual Studierenden sowie Praktikanten.

Bei jobfitness.ch profitieren Sie als Arbeitgeber von ...

- der grösstmöglichen Präsenz im Zukunftsmarkt Fitness und Gesundheit
- einer schnellen und einfachen Bearbeitung Ihrer Stellenangebote
- der Verwaltungsmöglichkeit Ihrer Online-Bewerbungen
- der bestmöglichen Präsentation Ihrer Firma

## Jetzt informieren und Personal finden !

Sie möchten endlich zielorientierte Personalsuche betreiben und Ihre offenen Stellen langfristig besetzen? Dann rufen Sie uns gern an für eine persönliche Beratung unter **Tel.: +41 842 555 111**. Oder eröffnen Sie direkt ein Konto unter **www.jobfitness.ch**. Inserate sind bereits ab 159 CHF für 30 Tage möglich.

Ihre Top-Fachkräfte warten auf Sie! ■

### Literaturliste

- Rolli, N. (2022). Dem Fachkräftemangel aktiv begegnen!. *medical fitness and healthcare*, 02, 72–75.
- Drack, K. & Colbus, A. (2020). Warum Employer Branding immer wichtiger wird. *medical fitness and healthcare*, 02, 44–46.
- Schumann, O. (2022). Integrieren Sie Ihre neuen Mitarbeitenden erfolgreich und nachhaltig. *FITNESS TRIBUNE*, 199, 68–70.



Ohne Fleiss kein Preis

# Wie die schnellste Frau der Schweiz trainiert

Drei Goldmedaillen, einmal Silber und viermal Bronze – Mujinga Kambundji gehört zu den schnellsten Sprinterinnen weltweit und gilt aktuell auch als schnellste Frau Europas. Um diese Meisterleistung zu erbringen, ist ein umfangreiches Training das A und O. Im Interview mit der FITNESS TRIBUNE erzählt die Rekordhalterin über 60, 100 und 200 Meter von ihrem Trainingsalltag.

**FITNESS TRIBUNE:** Als Sprinterin, die derzeit eine Goldmedaille im 60-Meter-Lauf und im 200-Meter-Lauf hat, wie unterscheidest du zwischen dem 60-Meter-Training und dem 200-Meter-Training? Wie würdest du die sportlichen Herausforderungen vergleichen, die du bewältigen musstest, um deine beiden Goldmedaillen zu erringen?

**Mujinga Kambundji:** Der Unterschied ist ganz klar ein energetischer: Bei 60 Metern hat man eine Belastung von knapp sieben Sekunden, da fokussieren wir uns auf die Beschleunigung, weil viel mehr auch gar nicht in die kurze Strecke hineinpasst. Das heisst, ich trainiere Explosivkraft und Maximalgeschwindigkeit. Bei 200 Metern sind es 22 Sekunden, das ist für eine Sprinte-

Fotos: Technogym Schweiz / KOVE

rin wie mich bereits «Ausdauer». Dafür arbeiten wir viel an der Laktattoleranz: Da mache ich dann viele lange Läufe, die richtig anstrengend sind und die Beine brennen und schmerzen.

Dadurch, dass 60 Meter so viel kürzer sind, kann man sich einfach auch weniger Fehler erlauben, da kommt es oft auf Hundertstel- oder sogar Tausendstelsekunden an. Wenn ich da nicht alles perfekt mache, wird es mit dem Gewinnen schwierig. Natürlich, ich muss auch über 200 Meter einen guten Lauf machen, um eine Goldmedaille zu gewinnen, aber da komme ich in den fliegenden Lauf und kann auch noch mit der Kurve arbeiten; man hat quasi mehr Möglichkeiten, etwas richtig zu machen – oder halt eben falsch.

**FT:** Priorisierst du Bein- und Rumpfttraining gegenüber dem Rest des Körpers? Welchen Stellenwert hat das Ganzkörpertraining in deinem professionellen Training?

**MK:** Die Arme sind die Gegenspieler der Beine, es muss ein Gleichgewicht sein und sowohl unten als auch oben stimmen. Deshalb würde ich nicht sagen, dass ich Bein- und Rumpfttraining priorisiere. Aber klar, gerade mein Krafttraining ist sehr beinlastig, ich mache extrem viel für die hintere Kette, vor allem Hamstrings und Gesäss. Ich finde Ganzkörpertraining aber sehr wichtig und lege da auch viel Wert darauf.

**FT:** Welche Bedeutung hat das Training im Fitnesscenter für deine Karriere? Und wie wichtig ist es in deinem Leben?

**MK:** Das Krafttraining mit Geräten ist für mich sehr wichtig, gerade beim Sprint, wo wir uns auf Explosivkraft fokussieren, deshalb bin ich zweimal pro Woche im Krafraum. Technogym Bike und Skillrow benutze ich zum Aufwärmen und mit dem Skillmill kann ich an meinem Laufstil arbeiten, insbesondere daran, dass er möglichst rund und ökonomisch ist.

Ich kann jetzt noch nicht sagen, wie viel Zeit ich nach meiner Karriere im Fitnesscenter verbringen werde. Ich mache es für den Sport und um gute Leistungen erbringen zu können, es ist ein wichtiger Teil meines Jobs, meines Lebens und damit meines Alltags.

**FT:** Welchen Stellenwert hat Krafttraining im Vergleich zu Ausdauertraining in deinem Trainingsalltag?

**MK:** Kraft, Ausdauer und Technik sind die drei Hauptaspekte und sie sind ziemlich ausgeglichen. In der Aufbauphase mache ich viel Kraft- und Ausdauertraining. Das Krafttraining wird zum Saisonbeginn hin immer spezifischer, kürzer und explosiver. Das heisst, nach einer gewissen Zeit gehe ich von allgemeinen Aufbau- zu Maximalkraftübungen über, bei denen ich wenige Wiederholungen mit hohem Gewicht mache, und irgendwann rückt dann die Explosivkraft ins Zentrum, wo es zum Beispiel um Sprünge und weniger um das Gewicht geht.

Bei der Ausdauer beginnen wir mit längeren Distanzen bei niedrigerem Puls, also etwas langsamer, und steigern uns

dann zu höheren Geschwindigkeiten mit höherem Puls, aber das ist dann eben Sprint-Ausdauer. Das kann man nicht mit dem vergleichen, was allgemein als Ausdauertraining bezeichnet wird.



**FT:** Wie würdest du die Trainingspeiler für den 60-Meter-Lauf im Vergleich zum 200-Meter-Lauf und zur 4 x 100-Meter-Staffel definieren?

**MK:** Für 60 Meter ist vor allem die Beschleunigung extrem wichtig und dafür braucht man Kraft.

Bei 200 Metern geht es um die maximale Geschwindigkeit, also spielen fliegende Sprints und Ausdauer eine grosse Rolle.

In der Staffel renne ich ja nur 100 Meter, das liegt also zwischendrin. Und da kommen noch die beiden Wechsel dazu, das ist etwas völlig anderes, weil man auf die anderen angewiesen ist und sich nicht nur auf sich selbst konzentrieren kann. Wenn man ablaufend den Stab erhält, rennt man weg und sieht nicht, was hinter einem passiert. Da braucht man ein grosses Vertrauen zu der Person, die auf einen zuläuft. Umgekehrt muss man sich voll auf die Person vor sich fokussieren, wenn man den Stab übergibt. Dieses Zusammenspiel muss man gut trainieren, das ist eine völlig andere Dimension als der Sprint.

**FT:** Gibt es etwas Bestimmtes, das deiner Meinung nach eine wichtige Rolle für deinen Erfolg bei den Leichtathletik-Hallenweltmeisterschaften in Belgrad und für deine Goldmedaille bei den Europameisterschaften in München gespielt hat?

**MK:** Ja, auf jeden Fall: Mein Team ist extrem wichtig! Wir sind zwar eine Einzelsportart und am Schluss bist du alleine auf der Bahn, aber bis dahin ist es ein langer Weg und da brauchst du einfach ein gutes Team. ▶



Ich glaube auch, dass ich jetzt langsam eine gewisse Konstanz habe, etwas mehr Ruhe beim Training, weil ich halt auch immer mehr Erfahrungen sammle. Und ich kann jedes Jahr auf das aufbauen, was ich im Jahr zuvor gemacht habe und muss nicht immer von vorne beginnen, das ist ein grosser Vorteil.

**FT:** Wie wichtig sind Planung, Präzision und Detailarbeit in deinen Trainingsprogrammen?

**MK:** Bei den Trainingsprogrammen ist vor allem die Planung wichtig, Präzision und Detailarbeit stehen eher im Technikbereich im Vordergrund. Eigentlich ist das, was wir tun, sehr simpel, aber das macht es nicht einfach. Wir arbeiten an winzigen Details, um das perfekte Timing zu finden, den richtigen Punkt der Kraftübertragung, da geht es um Millimeter oder Millisekunden, die dann eben den Unterschied machen können. Diese präzise, detaillierte Arbeit funktioniert aber eben nur auf der Basis eines gut geplanten Trainings.

Ich denke, es ist überhaupt essenziell, zu planen, zu wissen, wo man hinwill, das Ziel und die Zwischenziele zu kennen. Schlussendlich auf dem Platz ist es aber auch ein Gefühl, ein sich anpassen. Ich glaube, ich habe noch nie einen Plan eingehalten, weil immer etwas dazwischen kommt. Das ist einfach so und deshalb ist Flexibilität eigentlich genau so wichtig wie die Planung.

**FT:** Hast du irgendwelche Lieblingsprodukte von Technogym, sowohl aus professioneller als auch aus persönlicher Sicht? Welche sind das?

**MK:** Mein absoluter Favorit ist das Skillmill! Ich erinnere mich noch an die Olympischen Spiele 2016 in Rio de Janeiro. Da gab es einen riesigen Raum mit Technogym-Geräten und ich dachte nur «Wow!», weil mich das so beeindruckt hat. Da habe ich Skillmill zum ersten Mal ausprobiert und war absolut begeistert, weil es einfach eine andere Sprintbewegung ist als mit einem herkömmlichen Laufband. Seither benutze ich es überall, wo ich kann, denn es ist auch technisch interessant, weil man eben richtig laufen muss und selbst das Tempo angibt – das macht es spannend.

Direkt an zweiter Stelle kommt das Kinesis Personal. Das ist extrem vielseitig und bietet mir unzählige Möglichkeiten für Rumpf- und Stabilisationsübungen, die für mich sehr wichtig sind.

Und dann natürlich das Technogym Bike, der grosse Bildschirm macht das Training einfach unterhaltsamer. ■



**Über die Interviewpartnerin**

Mujinga Kambundji ist eine Schweizer Sprinterin, die am 17. Juni 1992 geboren wurde. Sie hält die Schweizer Rekorde über 60 Meter, 100 Meter und 200 Meter. Sie ist Olympiasfinalistin, die aktuelle Weltmeisterin über 60 Meter und Europameisterin über 200 Meter.

[www.technogym.com](http://www.technogym.com)

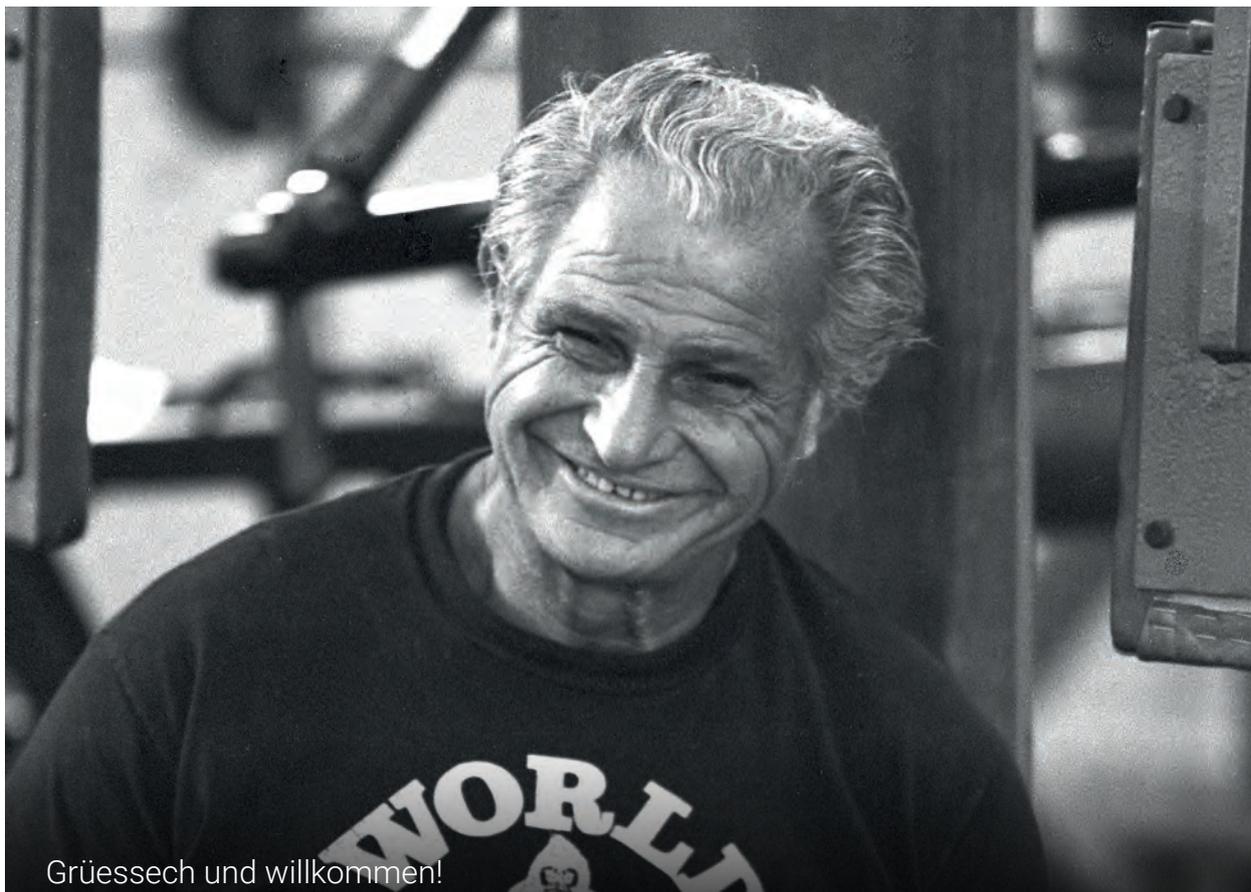
# sidea

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](http://www.sideaita.net)  
Fimex Distribution AG | Exclusive Distributor for Switzerland | 3250 Lyss | +4132 387 0505 | [sidea@fimex.ch](mailto:sidea@fimex.ch)



Grüesseh und willkommen!

## Populäres Gold's Gym kommt in die Schweiz

**Die populäre Fitnesskette Gold's Gym ist einer der Urgiganten der Fitnessszene und mit zahlreichen Centern rund um den Globus vertreten. In Bettlach, im Kanton Solothurn, öffnet demnächst die erste Schweizer Filiale ihre Türen. Die FITNESS TRIBUNE beleuchtet das Unternehmen zwischen Tradition und Moderne und verrät, wieso zwischen der Marke Gold's Gym und der Schweiz eine ganz besondere Verbindung besteht.**

Die Geschichte des Gold's Gym nimmt ihren Anfang in den USA, die als «Wiege» aller modernen Fitnessketten gelten – genauer gesagt im sonnigen Bundesstaat Kalifornien. In den Vereinigten Staaten gingen Diversifizierung und Expansion schnell voran: Getreu dem Motto «Born in the USA» beginnt hier bereits in der ersten Hälfte des letzten Jahrhunderts mit Meilensteinen wie dem Muscle Beach oder dem ersten modernen Fitnessstudio von Jack LaLanne die Erfolgsgeschichte der gesamten Fitnessbranche. Hier startete auch – wie sollte es anders sein? – der Aufstieg von Gold's Gym, einer Marke, die bald mit ihrem ganz eigenen Flair die Welt eroberte und heute als wohl berühmtestes Gym sowie als eine der bekanntesten Fitnessketten der Welt gilt.

### **Gold's Gym – Made in the Golden State**

«Gold» – das ist nicht nur der Nachname des Gründers Joe Gold, es zieht sich auch wie ein roter Faden durch die Erfolgsgeschichte des Gyms, die ihre Anfänge in den 1960er-Jahren im «Golden State» Kalifornien hat. Hier fängt der 1922 geborene Sohn eines Schrottsammlers, der bereits im Alter von zwölf Jahren seine Leidenschaft für das Bodybuilding entdeckt, schon als Jugendlicher damit an, seine ersten eigenen Fitnessgeräte aus Altmetall vom Schrottplatz seines Vaters herzustellen – und beginnt somit, «aus Schrott Gold zu machen». Nachdem er das Training mit seinen selbstgebauten Gewichten gestartet hatte, stattete er später dem legendären Muscle Beach regelmässige Besuche ab. Als dieser zeitweise schliesst,

reagiert Gold und eröffnet 1965 sein eigenes Gym in einer Betonhalle in Venice Beach Los Angeles – ganz in der Nähe des Muscle Beach.

### Neues Zuhause für die Bodybuildingszene

Sein erstes Gold's Gym entwickelt sich durch seine mit Expertise angefertigten Geräte schnell zum absoluten Szenetreff von Bodybuildern und lockt bekannte Grössen wie Frank Zane, Serge Jacobs, Ric Drasin oder Dave Draper an. Ab 1968 gehört auch der heutige Bodybuildinggigant Arnold Schwarzenegger quasi fest zum «Interieur» des Gold's Gym an der 1006 Pacific Avenue. Joe Gold wird sein Mentor und enger Freund und ebnet «Arnie» mit seinem Gym den Weg zur internationalen Bodybuilding- und Schauspielkarriere.

Als Gold 1970 zur Handelsmarine geht, übergibt er sein Center in die Hände von Dave Saxe und Bud Danitz, die für zwei Jahre die Leitung übernehmen, bevor Ken Sprague – bis dahin Mitglied im Gym – 1972 übernimmt. Sprague treibt den Erfolg des Centers weiter an, indem er die Marke Gold's Gym zunehmend bewirbt. Bis zu seinem Tod im Jahre 2004 sollte Joe Gold den Verkauf seines Gyms tief bereuen.

### Bodybuildingeuphorie geht durch die Decke

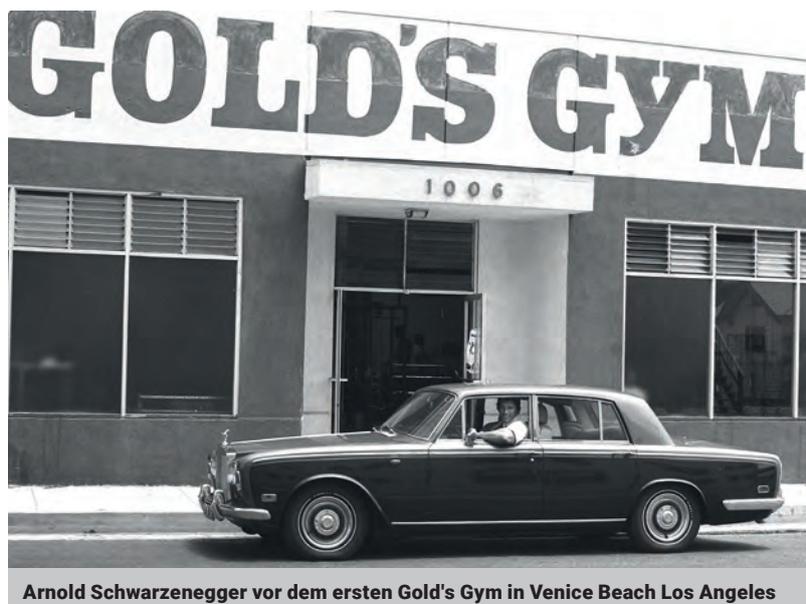
Den endgültigen grossen Durchbruch schafft das Gold's Gym, nachdem 1977 der Film «Pumping Iron» veröffentlicht wird. Der Dokumentarfilm begleitet u. a. Arnold Schwarzenegger bei seinen Wettbewerbsvorbereitungen im Gym. Sein Ziel: die Titel Mr. Universum und Mr. America! «Pumping Iron» sorgt für einen weltweiten Bodybuildingboom, holt die Fitnessbranche aus ihrer «Nische» und macht sie gleichzeitig einer breiten Masse zugänglich.

### Das ist Gold's Gym heute

Mittlerweile kann die nun zur RSG Group gehörende Marke Gold's Gym auf fast 60 Jahre Bestehen zurückblicken und hat sich vom «kleinen Hardcore-Gym aus L. A.» zum globalen Fitness- und Lifestyle-Anbieter entwickelt. In dieser Zeit ging die Marke rund um den Globus: In 30 Ländern auf sechs Kontinenten existieren heute knapp 700 Center, in denen über drei Millionen begeisterte Sportler leidenschaftlich trainieren.

Die Zeiten, in denen Gold's Gym ausschliesslich für Bodybuilding stand, sind vorbei: Das Unternehmen ist mit der Zeit gegangen und bietet modernste und vielseitige Trainingskonzepte an, die für jeden Fitnessfan etwas zu bieten haben, so z. B. Cardio und Functional Areas, Personal Training, zahlreiche Kurse oder auch Wellness. Auch wenn das Unternehmen den Sprung in die Moderne geschafft hat, bleibt es dennoch seinen ursprünglichen Bodybuildingwurzeln treu – und natürlich Joe Golds Credo: «That's the object of going to a gym, having fun.»

Gold's Gym hat sich auch unter zahlreichen Prominenten einen Namen gemacht. Neben Grössen aus der Bodybuilding- und Fitnessszene wie Arnold Schwarzenegger, Lou Ferrigno oder Muhammad Ali geben sich auch Stars und Hollywoodschauspieler wie Busta Rhymes, 50 Cent, Dolph Lundgren,



**Arnold Schwarzenegger vor dem ersten Gold's Gym in Venice Beach Los Angeles**

Dwayne «The Rock» Johnson, Mark Wahlberg oder Clint Eastwood gegenseitig die Klinke in die Hand.

### Zwei «Wiegen» der Fitnessbranche kommen zusammen

Dass eine Niederlassung des Gold's Gym nun auch ihre Pforten in der Schweiz öffnet, scheint überfällig, denn sowohl die Schweiz als auch Gold's Gym scheinen Garanten für eine erfolgreiche Entwicklung und gelingendes Wachstum in der Fitnessbranche zu sein. Die Geschichte des Unternehmens weist starke Parallelen zu der Entwicklung von Fitness-Franchises im deutschsprachigen Raum auf, die – wie der Zufall will – mit der Schweizer Branchengrösse Werner Kieser startete.

Kieser gilt als Visionär der Fitnessbranche, denn als erster Fitnessunternehmer setzte er gezielt auf Franchising und expandierte mit seiner Fitnesskette Kieser Training zunächst erfolgreich in der Schweiz und ab 1994 dann auch ins Nachbarland Deutschland. Damit legte er in der Schweiz, im Herzen Europas, den Grundstein für erfolgreiche Fitness-Franchisekonzepte im deutschsprachigen Raum – und schliesst sich somit der Vorreiterfunktion von Joe Gold und seinem Gold's Gym an. ■



#### Demnächst in der Schweiz!

Im Frühjahr eröffnet das erste Schweizer Gold's Gym in Bettlach, Kanton Solothurn! Weitere Infos sowie den genauen Eröffnungstermin erfahren Sie im Laufe der kommenden Ausgaben der FITNESS TRIBUNE!



# In absolut perfekter Form. An 365 Tagen im Jahr.

## Entdecken Sie den Macan.

Der Macan ist wie geschaffen für den sportlichen Auftritt auf Asphalt und für jedes Abenteuer. Dabei bietet der kompakte SUV viel Platz für Hobby, Freizeit und den Alltag. Entdecken Sie den beeindruckenden Ausnahmesportler im Porsche Zentrum Zürich.

**Porsche Zentrum Zürich**  
AMAG First AG  
Bernstrasse 59  
8952 Schlieren  
Tel. +41 44 305 99 99  
[www.porsche-zuerich.ch](http://www.porsche-zuerich.ch)

**Porsche Studio Zürich**  
AMAG First AG  
Dufourstrasse 182-188  
8008 Zürich  
Tel. +41 44 269 58 58  
[www.porsche-zuerich.ch](http://www.porsche-zuerich.ch)



PORSCHE



Bewegen. Erleben. Aktivieren. Trainieren

## Vom Fitness- zum Gesundheitscenter

Nach über 20 Jahren in der Fitnessbranche – als Geschäftsführerin und später als Inhaberin des Impuls Fit- und Wellness Centers in Altdorf – startete Yvonne Schleiss 2018 im Alter von 59 Jahren erneut durch: Sie erfüllte sich ihren Traum vom eigenen milon Studio in Alpnach. Ihr Vorbild war das «FR!TZ bewegt mich» in Illnau: Premium-training mit Premiumleistungen, beste Betreuung und familiäres Ambiente, kein Sehen und Gesehenwerden. Alle sollen sich wohlfühlen. So konnte sie mit Unterstützung von Beat Friedli, Lars Harms und dem Team von milon Ende Januar 2018 das BEAT PREMIUM TRAINING in Alpnach eröffnen.

**FITNESS TRIBUNE:** Liebe Yvonne, du betreibst nun bereits seit fünf Jahren sehr erfolgreich das BEAT PREMIUM TRAINING. Warum hast du dich dafür entschieden? Was hat es mit dem «Beat» im Namen auf sich?

**Yvonne Schleiss:** Nach 20 Jahren Impuls Fit- und Wellness Center in Altdorf habe ich mich entschieden, in meinem Wohnort Alpnach meinen Traum vom BEAT PREMIUM TRAINING zu realisieren. Das Konzept vom «FR!TZ bewegt mich»

in Illnau hat mich überzeugt. Weg von der «Muckibude», hin zum Gesundheitscenter ...

**BEAT** bedeutet für mich:

**Bewegen** – wir möchten unsere Mitglieder körperlich und emotional bewegen

**Erleben** – das Training soll immer ein positives Erlebnis sein

**Aktivieren** – wir aktivieren alle Systeme unseres Körpers

**Trainieren** – trainieren müssen die Mitglieder doch noch selbst

Für mich persönlich steckt zudem eine schöne Geschichte hinter dem Namen. Beat Friedli war damals der Fitnesstrainer von meinem Chef Marco Lauener im Wintifit. Marco hat das Impuls Fit- und Wellness Center aus dem Konkurs gekauft und mich als Geschäftsführerin eingestellt. Beat hat uns von Anfang an unterstützt und beraten. Nach 20 Jahren kam dann die Chance, mein eigenes Fitnesscenter aufzubauen. Das BEAT PREMIUM TRAINING ist mein Dank an Beat.

**FT:** Wo würdest du dein Center im Hinblick auf dein breites Angebotsportfolio positionieren und welche Bedeutung hat dabei auch der Begriff «Premiumtraining», der sich auch im Namen wiederfindet?

**YS:** Wir positionieren uns ganz klar im Gesundheitsbereich. Der Premiumaspekt spiegelt sich in unserem Angebot wider, das unter anderem Handtuchservice, Getränkeflatrate und Körperanalyse beinhaltet. Betreuung und Kundennähe sind uns sehr wichtig. Wenn nötig, werden Mitglieder bei jedem Training ohne Aufpreis begleitet. Dazu zählen z. B. Mitglieder mit sehr hohem Alter oder auch Blinde. Das zeichnet uns aus und wird von unseren Mitgliedern sehr geschätzt.

**FT:** Du bietest ein Trainingskonzept, das in nur 45 Minuten Training bestmögliche Trainingseffekte verspricht. Wie sieht dieses Trainingskonzept aus und wie könnt ihr diesen Erfolg trotz grosser Bandbreite an unterschiedlichen Trainingszielen sicherstellen?

**YS:** Dank der hinterlegten Trainingspläne von milon können wir das persönliche Training abwechslungsreich und zielorientiert gestalten. Unsere Kundinnen und Kunden verfolgen Ziele wie die Optimierung der Figur, Muskelaufbau (auch nach Operationen), Aufbau von Kondition oder Physio. Wir schätzen den Luxus, mit diesem Konzept viel Zeit für die Betreuung



unserer Mitglieder zu haben. Wir sprechen aber ganz klar die Zielgruppe der «Best Ager» an, die den grössten Teil unserer Mitglieder ausmachen.

**FT:** Wer kommt zu euch ins Studio, um von diesem Trainingskonzept zu profitieren? Und wie haltet ihr die Motivation eurer Zielgruppe hoch?

**YS:** Unsere Mitglieder sind zwischen 14 und 91 Jahre alt. Der Pik liegt zwischen 50 und 65. Bei uns trainieren Personen, die sich in einem «klassischen» Fitnesscenter nicht wohlfühlen oder nie in eines gehen würden. Das familiäre Ambiente und der Komfort, dass sie keine Geräte einstellen müssen, gefällt ihnen. Die lückenlose Betreuung und das Team, das den Beruf nicht als Arbeit, sondern als Berufung sieht, sind der Schlüssel dazu. ▶





**FT:** Du hast eine Vielzahl an Vorgängen in deinem Studio digitalisiert. Warum hast du dich für diesen Schritt entschieden und wie hat sich das Training mit den Kunden dadurch verändert? Siehst du womöglich auch noch weitere Potenziale zur Digitalisierung?

**YS:** Durch die Digitalisierung haben wir viel mehr Zeit für das Wichtige, nämlich den Kundenkontakt und die Betreuung. Aktuell sehe ich für das BEAT keine weiteren Potenziale mehr, da wir total digitalisiert sind.

**FT:** Musstest du nach oder bereits während Corona euer Dienstleistungsportfolio anpassen? Inwiefern haben sich die Trainingsziele eurer Kundschaft durch die Pandemie verändert?

**YS:** Unsere Dienstleistung wäre gerade während Corona wichtig gewesen, aber durch die Lockdowns und Einschränkungen hat sich die Gesundheit unserer Mitglieder massiv verschlechtert. Die Angst und Verhaltenseigenschaft hat sich leider bis Ende 2022 gehalten. Nur zögerlich kamen Mitglieder wieder zurück.

Ich bin überzeugt, dass 2023 das Gesundheitsbewusstsein und die Motivation zu trainieren wieder Normalität annehmen und unsere Branche endlich wieder aufatmen kann. Der ewige Existenzkampf, den wir alle aushalten mussten, hat hoffentlich ein Ende.

**FT:** Du bietest neben den «klassischen» Dienstleistungen auch Medizinische Trainingstherapie, MTT, durch die Kooperation mit einer nahegelegenen Praxis für Osteopathie, Akupressur und Physiotherapie an. Wie kam es zu dieser Zusammenarbeit und worin siehst du die Mehrwerte für euer Center? Ist das womöglich auch ein Konzept, das in der Branche Schule machen könnte?

**YS:** Da wir keine eigene Physiotherapie haben, sind wir sehr froh über das Glück, mit dieser Praxis zusammenzuarbeiten. Nach einer Schulung bei uns im BEAT waren die Physios so begeistert, dass sie uns ihre Patienten gern anvertrauen. Der Benefit für uns ist, aus diesen Patienten gesunde Mitglieder zu machen.

**FT:** Auch durch euer Angebot zur Betrieblichen Gesundheitsförderung setzt du auf branchenübergreifende Synergieeffekte. Wie wird diese Dienstleistung von den Unternehmen angenommen und siehst du darin auch einen wichtigen Pfeiler für die Zukunft der Fitnessbranche?

**YS:** Unser BGM-Angebot wird im Kanton Obwalden leider noch nicht so gut angenommen, aber wir sind davon überzeugt und ich sehe die Betriebliche Gesundheitsförderung definitiv als Pfeiler für die Zukunft der Branche.

**FT:** Wo siehst du noch weitere Potenziale zum Ausbau eures Angebotsportfolios. Gibt es vielleicht sogar schon konkrete Pläne?

**YS:** Gern würden wir einem Physiotherapeuten die Möglichkeit bieten, selbstständig bei uns zu arbeiten. Darin sähe ich eine echte Win-win-Situation. Des Weiteren würde ich unser Equipment gern mit einem cardioscan erweitern.

**FT:** Wohin wird sich die Branche 2023 deiner Meinung nach entwickeln?

**YS:** Ich bin fest davon überzeugt, dass wir nun wieder erfolgreich arbeiten können und unsere Mitgliederzahlen von vor der Pandemie wieder erreichen werden.

**FT:** Liebe Yvonne, ganz herzlichen Dank für das Interview und weiterhin viel Erfolg! ■



#### Über die Interviewpartnerin

Yvonne Schleiss startete 1997 ihre Karriere in der Fitnessbranche und leitete bis 2004 das Impuls Fit- und Wellness Center in Altdorf, das sie 2004 mit einem ehemaligen Mitarbeiter übernehmen konnte und daraus die Impuls Fit- und Wellness Center GmbH gründete. Mit 59 Jahren startete sie erneut durch und eröffnete Ende Januar 2018 das BEAT PREMIUM TRAINING in Alpnach. Yvonne ist Fitnessinstructorin mit Eidg. Fachausweis, Ernährungscoach, Rehatrainerin und Corpura® MetaSyn Trainerin.  
[www.beat-premiumtraining.ch](http://www.beat-premiumtraining.ch)

**MACH WEITER!**

[safsw Weiterbildung.ch](https://safsw Weiterbildung.ch)

Infos &  
Anmeldung



Die «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2023»

# Jetzt mitmachen und die Branche aktiv unterstützen!

**Mehr denn je ist die zunehmende Professionalisierung der Fitness- und Gesundheitsbranche ein zentrales Thema. Hier setzen die «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft» an. Sie liefern wichtige Kennzahlen, die nicht nur als «Visitenkarte» der Branche fungieren, sondern auch als Argumentationsgrundlage gegenüber Kapitalgebern dienen. Dafür ist eine valide Datenmenge erforderlich. An dieser Stelle kommen Sie als Beteiligte ins Spiel: Tragen Sie aktiv Ihren Teil bei, um die Akzeptanz unserer Branche zu vergrössern! Ihre – selbstverständlich anonyme – Teilnahme an der Eckdatenstudie ist dabei von grosser Bedeutung!**

Die Corona-Pandemie hatte beträchtliche Auswirkungen auf unsere Branche und auch die aktuelle Energiekrise stellt die Akteure vor grosse Herausforderungen. Doch wie gehen Fitness- und Gesundheitscenter mit solchen Herausforderungen um? Und wo stehen wir momentan in unserer Entwicklung? Diesen und weiteren Fragen gehen die «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft» auf den Grund. Sie beleuchten als statistische Erhebung zum Schweizer Fitnessmarkt wesentliche Kennzahlen und liefern so wichtige Erkenntnisse. Durchgeführt wird das Forschungsvorhaben durch die swiss active – IG Fitness Schweiz in Kooperation mit der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG).

## **Eckdatenstudie als eindrucksvolle «Visitenkarte»**

Die Erhebung der anonymisierten Eckdaten schafft als wissenschaftliche Studie Transparenz und legt das Wachstumspotenzial der Branche offen. Fitness- und Gesundheitsanlagen erhalten so wichtige ökonomische Daten u. a. zu Mitgliederzahlen und Anlagenstruktur. Das stärkt ihre Position gegenüber Kapitalgebern und der Politik.

Die Studie hebt sowohl die Gesundheitsrelevanz für die Gesellschaft als auch die ökonomische Kraft der Fitnessbranche eindrucksvoll und wissenschaftlich fundiert hervor. Mit den Eckdaten erhalten Fitnesscenter also eine aussagekräftige regionale und bundesweite «Visitenkarte» für die Aussendarstellung gegenüber Politik, Kreditinstituten, Presse sowie Medien und auch gegenüber der Gesellschaft allgemein.

## **Nun sind Sie gefragt!**

Um Markttransparenz zu schaffen und die Entwicklungen der Branche sowie die Potenziale der Akteure auf dem Markt aufzuzeigen, benötigen wir Ihre tatkräftige Unterstützung, denn:

Die grosse Relevanz der Fitness- und Gesundheitsbranche kann nur dann herausgestellt werden, wenn eine entsprechend umfangreiche Datenmenge vorliegt. Aus diesem Grund ist es von grösster Wichtigkeit, dass so viele Personen bzw. Betriebe wie möglich an der Erhebung teilnehmen. Nur so lässt sich eine valide Datenmenge erreichen.

## **Und so funktioniert's**

Sämtliche Betreibende von Fitness- und Gesundheitsanlagen in der Schweiz sind aufgerufen, an der Erhebung der Eckdaten in Form eines Online-Fragebogens teilzunehmen. Die Studienpartner garantieren dabei einen sorgsameren Umgang mit sämtlichen Angaben und vertraulichen Daten, denn die Datenauswertung ist vollständig anonymisiert – es ist daher unmöglich, einzelne Rückschlüsse auf die teilnehmenden Center zu ziehen. Darüber hinaus erfolgt garantiert keine Weitergabe der Antworten an Dritte. Die Ergebnisse der «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2023» werden voraussichtlich Mitte des Jahres veröffentlicht.

Das Interview mit Reto Conrad, Präsident von swiss active, zu den «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft» finden Sie auf der folgenden Seite! ▶

**Bitte nehmen Sie an der Eckdatenstudie teil –  
gemeinsam schaffen wir es, unsere Branche in  
eine erfolgreiche Zukunft zu bringen!**  
[www.bit.ly/eckdaten-umfrage-2023-ch](http://www.bit.ly/eckdaten-umfrage-2023-ch)



**seca**

Präzision für die Gesundheit



**DIE BIA FÜR MEDICAL FITNESS.**

# Erlebe die medizinisch validierte seca TRU.

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

**secaTRU.com**

Jetzt Termin vereinbaren



«Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft»

# Reto Conrad ruft zur Teilnahme auf

**FITNESS TRIBUNE:** Herr Conrad, als Präsident von swiss active führen Sie gemeinsam mit der DHfPG auch in diesem Jahr die «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft» durch. Bietet diese Studie der Branche direkte Mehrwerte und wieso wird sie jährlich durchgeführt?

**Reto Conrad:** Sie bietet der Branche ganz konkrete und direkte Mehrwerte! Die «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft» schaffen Markttransparenz und machen die Entwicklungen der Branche sowie die Potenziale von Akteuren auf dem Markt deutlich. Darüber hinaus stellen die Eckdaten eine «Visitenkarte» für die Branche dar, mit der sie auch gegenüber Interessensvertretern aus Politik und Wirtschaft ihre Relevanz als Zukunftsbranche mithilfe valider Daten unterstreichen kann.

Der jährliche Turnus ist absolut notwendig, denn gerade die Corona-Pandemie hat gezeigt, wie schnell sich unsere Schweizer Fitnessbranche verändert und auf aktuelle, unvorhersehbare Ereignisse reagiert. Was an dem einen Tag noch Standard war, hatte am darauffolgenden Morgen nur noch wenig Aussagekraft – so schien es zumindest. Die Ansprüche, Erwartungen und Bedürfnisse unserer Kundschaft haben sich z. B. besonders in diesen Krisenjahren rasend schnell verändert, gefühlt jede Woche gab es grosse Innovationssprünge, was besonders die Digitalisierung in den Fitness- und Gesundheitsanlagen angeht. Auch wenn das wahrscheinlich nach der Pandemie nicht in dem gleichen Tempo weitergeht, ist es doch entscheidend, die Branche jedes Jahr aufs Neue vollumfänglich zu betrachten, um mit ihrer Entwicklung Schritt halten zu können. Nur wer diese wertvollen Eckpunkte von Mitgliederzahl bis Centerstrukturen kennt, weiss, wie in Zukunft agiert werden soll.

**FT:** Warum soll es so wichtig sein, zu wissen, wie sich beispielsweise die Mitgliederentwicklung in der gesamten Branche und nicht nur im eigenen Center verhält?

**RC:** Um bei Ihrem Beispiel Mitgliederentwicklung zu bleiben: Wir wissen aus den ersten «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft», dass die Mitgliederzahl vom Stichtag 31. Dezember 2020 bis 31. Dezember 2021 zwar zunächst von 1,18 Millionen auf 1,038 Millionen gefallen, aber bereits am Ende des ersten Quartals 2022 ohne coronabedingte Einschränkungen wieder um 2,2 Prozent angestiegen ist. Das legt das Wachstumspotenzial der Branche offen und kann auch in Verhandlungen mit Kapitalgebern die Möglichkeiten zur Wieder-



erstarkung oder zur Unternehmensentwicklung sehr positiv beeinflussen.

Ausserdem können Center aus den anonymisierten Daten ableiten, welche möglichen Zielgruppen sie noch ansprechen können. So hat die Pilotstudie aus 2021 gezeigt, dass viele Ältere aufgrund der Corona-Pandemie das Training in den Fitness- und Gesundheitsanlagen deutlich reduziert oder sogar eingestellt haben – ganze 97,7 Prozent der Center berichteten von einer Abnahme der Trainingshäufigkeit bei Personen ab 60 Jahren. Diese Zielgruppe also wieder zurück in die Center zu holen, birgt ein enormes Mitgliederpotenzial.

Betreiber können anhand dieser Studie deutlich erkennen, wo die Potenziale ihrer Anlage liegen, welche Trends in der Branche vorherrschen und wo das grösste Investitionspotenzial steckt, um dadurch das Bestehen ihres Centers zu sichern bzw. das Wachstum zu fördern.

**FT:** Sie haben gesagt, die Daten sind anonymisiert. Wie gewährleisten Sie diese Anonymität bzw. wie stellen Sie sicher, dass die Daten von Teilnehmenden nicht an deren Wettbewerber gelangen?

**RC:** Ich kann Ihnen versichern: Anonymität hat für uns oberste Priorität! Niemand von swiss active sieht die Antworten der Studienteilnehmenden. Die ganze Verarbeitung der Daten übernehmen die Marktforschungsexpertinnen und -experten der DHfPG, welche mit ihrer Reputation die Vertraulichkeit gewährleistet. Hierbei werden alle Daten anonymisiert. Ausserhalb dieses Teams sieht niemand die Antworten der einzelnen Teilnehmenden.

Die erfahrenen Statistikerinnen und Statistiker führen seit vielen Jahren analoge Studien zum Markt in Deutschland durch. Ich verstehe natürlich die Ängste der Betreiber vor einer möglichen Weitergabe ihrer Daten. Aber lassen Sie

es mich am Beispiel Umsatz noch verdeutlichen: Die in der Online-Umfrage erbetene Angabe des Umsatzes dient ausschliesslich zur Errechnung des durchschnittlichen Umsatzes pro Centerkategorie – also Kette, Einzel- oder Mikrocenter. Daraus leitet sich dann ebenfalls der Umsatz für die gesamte Branche ab. Macht beispielsweise ein Einzelcenterbetreiber im Online-Fragebogen Angaben zu seinem Umsatz, tauchen diese konkreten Daten nicht in der Studie auf und es ist auch absolut unmöglich, anhand der dort dargestellten durchschnittlichen Umsatzzahlen Rückschlüsse auf ein einzelnes Center zu ziehen.

**FT:** Gibt es spezifische Daten der Studien, auf die Sie besonders gespannt sind oder denen Sie eine besondere Bedeutung zumessen?

**RC:** Für uns ist es natürlich z. B. von grösster Bedeutung, dass sich die Centerzahl insgesamt – von den Ketten über die Einzel- bis hin zu den Mikrocentern – im Vergleich zu 2020 und 2021 wieder positiv entwickelt hat. Während wir im Dezember 2019 noch insgesamt 1380 Center in der Branche verzeichnen konnten, waren es 2020 bereits 1,4 Prozent weniger und 2021 sank die Zahl erneut um 4,7 Prozent auf 1297. Auf der einen Seite fielen die endgültigen Centerschliessungen damit nicht so dramatisch aus wie zu Beginn der Pandemie befürchtet, was für den hohen Stellenwert der Anlagen bei ihren Mitgliedern spricht. Auf der anderen Seite war es doch schwer mit anzusehen, dass ein Markt mit einem solch grossen Potenzial plötzlich und vollkommen unverschuldet von Wachstum auf Rückgang schaltet.

Von dem abgesehen sind wir natürlich generell gespannt, wie sich die Branche u. a. in Sachen Mitgliederzahl sowie -struktur, Positionierung und Dienstleistungsangebot seit dem Wegfall der coronabedingten Einschränkungen verändert hat. Wo sehen wir schon wieder das altbekannte Wachstum und wo gibt es womöglich ganz neue Entwicklungen, mit denen vor einem Jahr niemand rechnen konnte. Wir warten auch in diesem Jahr gespannt auf die «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft».

**FT:** Warum haben Sie sich damals dazu entschieden, gemeinsam mit der DHfPG die Schweizer Eckdatenstudie ins Leben zu rufen?

**RC:** Wir von swiss active, dem Verband für alle Fitnessbetriebe, vom kleinen, unternehmergeführten Fitnessbetrieb bis zum filialisierten Kettenbetrieb, möchten alle unsere Mitglieder in der Fitness- und Gesundheitsbranche begleiten und gemeinsam mit ihnen die Themen von morgen definieren. Wir möchten ihre Interessen in der Politik, der Finanzwelt, bei den Medien und in der Öffentlichkeit vertreten und ihnen Gehör verschaffen. Das gelingt aber nur, wenn wir auch eine unumstössliche Argumentationsgrundlage haben – Zahlen, Daten und Fakten, die das Wachstum, die Resilienz und Wirtschaftlichkeit unserer Branche belegen. Dieses Ziel erreichen wir u. a. durch die «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft».

Die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG), die seit über 20 Jahren mit der SAFS zusammenarbeitet und ebenfalls einen Studienstandort in Zürich besitzt, weiss um die Einzigartigkeit des Schweizer Fitnessmarktes und hat langjährige Erfahrung bei der Durchführung von Studien. Sie betreut z. B. auch die «Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft», die seit 1989 ohne Unterbrechung im jährlichen Turnus erscheint. Gemeinsam mit den Expertinnen und Experten der DHfPG können wir die fachliche Qualität, den reibungslosen Ablauf und den optimalen Informationsgewinn aus der Schweizer Eckdatenstudie gewährleisten. Mit der Zeit möchten wir zudem auch auf Unterschiede zwischen den Entwicklungen der verschiedenen deutschsprachigen Märkte aufmerksam machen.

Ich bin daher sehr stolz, dass wir diese höchst branchenrelevante und klar «schweizorientierte» Studie nun schon zum zweiten Mal durchführen können.

**FT:** Und nun zuletzt die Frage: Was muss ich tun, um an der Eckdatenstudie teilnehmen zu können?

**RC:** Sobald der Fragebogen freigeschaltet ist, werden wir über unsere Website, via E-Mail, Newsletter und über unsere Social-Media-Kanäle darüber informieren. Dann können alle Betreiber von Fitness- und Gesundheitscentern in der Schweiz an der Umfrage teilnehmen. Um allen die Bearbeitung des Online-Fragebogen so einfach wie möglich zu gestalten, ist dieser in deutscher, französischer und italienischer Sprache verfügbar. Ausserdem haben wir auch dafür gesorgt, dass der zeitliche Aufwand so gering wie möglich bleibt und haben auf grössere Freitextangaben verzichtet.

Ansonsten ist es für die schnellstmögliche und reibungslose Bearbeitung des Fragebogens sinnvoll, die eigenen Unternehmenszahlen griffbereit zur Hand zu haben.

**Ich bitte alle, sich an der Eckdatenstudie zu beteiligen. So bringen wir unsere Branche gemeinsam in die Zukunft! ■**



Den QR-Code sowie den Link zur Teilnahme finden Sie auf Seite 20.



#### Über den Interviewpartner

Reto Conrad, Jahrgang 1966, blickt auf über 21 Jahre als Mitglied von Konzern- und Geschäftsleitungen von drei internationalen und nationalen Unternehmensgruppen, davon 15 Jahre als CFO und sechs Jahre als Verantwortlicher für operative Einheiten zurück. Im Jahr 2011 wurde er zum «CFO of the year» gekürt. Er ist verheiratet und hat einen Sohn. Seine Hobbys sind Reisen, Sport, Freunde, Familie und Lesen.

[www.ig-fitness-schweiz.ch](http://www.ig-fitness-schweiz.ch)



NETZWERKTREFFEN  
**MOUNTAIN MOVE 23**

« **FITNESS DAYS** »

**30.3.-1.4.23**  
**HOTEL SUNSTAR**  
**GRINDELWALD**

**ANGEBOT** >>

**DZ CHF 499.-** - INKL. MWST  
PRO PERSON / INHABER UND BEGLEITPERSON

**DZ CHF 695.-** - INKL. MWST  
DZ ZUR EINZELNUTZUNG / INHABER UND BEGLEITPERSON

**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**





# NETZWERKTREFFEN MOUNTAIN MOVE 23

## « FITNESS DAYS »



Unternehmensberater  
Giusi Verre



Trainingsexperte  
und Buchautor  
Andreas Bredenkamp



Dipl.-Sportwiss.  
Michael Marx



Physio u.  
Trainingsexperte  
Wolf Harwath

## FITNESS DAYS VOM 30.03.23 - 01.04.23 HOTEL SUNSTAR GRINDELWALD

### Programm:

#### Donnerstag, 30.03.2023 - Tag 1

Ab 11.00 Uhr	Welcome – Fachausstellung
12.00 Uhr	Michael Marx – Postvirale Erschöpfung und Sportfähigkeit
12.50 Uhr	<b>Besuch Fachausstellung</b>
14.00 Uhr	Wolf Harwath – Kein Gesundheitstraining ohne Muskellängentraining
15.10 - 17.30 Uhr	<b>Besuch Fachausstellung</b>
16.00 - 17.10 Uhr	Impulsvorträge 1 – 3
18.30 Uhr	Apéro Bar
19.00 Uhr	Fondueplausch
Ab 21.00 Uhr	Funky Fondue Night 70s & 80s

#### Freitag, 31.03.2023 - Tag 2

10.00 Uhr	Giusi Verre - Erfolgsdreieck
10.50 Uhr	<b>Besuch Fachausstellung</b>
12.00 Uhr	Andreas Bredenkamp – 80 ist das neue 30, wie wir stark werden und stark bleiben, bis ins hohe Alter!
13.15 Uhr	<b>Besuch Fachausstellung</b>
15.00 Uhr	Sunstar Sundowner by Carbone Champagner & Dan Le Blonde
19.00 Uhr	Abendessen
Ab 21.00 Uhr	White Night @ Brainlight with Dan Le Blonde & Friends

#### Samstag, 01.04.2023 - Tag 3

14.00 Uhr	Goodbye Hüttenparty – Dan Le Blonde & Friends
-----------	---

# Mehr Qualität durch sinnvolle Weiterbildungen

**In ihrem Fachbeitrag stellt Qualitop-Zertifiziererin Dr. Kirsten Koch fest, dass Anbieter und Kursleitende oft den persönlichen und beruflichen Mehrwert einer Weiterbildung unterschätzen. Nicht immer sei klar, welche Kurse für eine Rezertifizierung anerkannt werden und oft fehle das Bewusstsein für den Nutzen.**



Bei einer Rezertifizierung der Methodenanbieter zum Erhalt des Qualitätslabels von Qualitop stehen vor allem die getätigten Weiterbildungen im Fokus. Dabei geht es nicht nur um die Erfüllung der Auflagen – die Kunst ist, etwas zu wählen, was interessiert und gleichzeitig auf fachlicher, persönlicher oder methodischer Ebene weiterführt. Hier stellt sich meistens die Frage: Was wird anerkannt und welchen Nutzen habe ich als Methodenanbieter oder Kursleiter?

## Welchen Nutzen hat die fachliche Weiterbildung?

Eine Weiterbildung ermöglicht, sich an Veränderungen im Arbeitsumfeld anzupassen. In einer sich ständig wandelnden Welt hilft die Weiterbildung, sich auf die berufliche Zukunft vorzubereiten, mit dem Fortschritt zu gehen und gleichzeitig das Engagement für die eigene Entwicklung und Professionalität zu zeigen.

Einige der Vorteile, die eine berufliche Weiterbildung bietet:

- **up to date bleiben über neue Trends:**  
Im Gesundheits- und Bewegungsmarkt gibt es ständig Innovationen
- **mehr Effizienz bei der Tätigkeit:**  
öffnet die Türen zu mehr Kunden
- **Erweitern des Wissens, um einen besseren Service zu bieten:**  
sich Abheben von der Masse
- **Steigerung des Interesses am Beruf:**  
Neue Fertigkeiten und frisches Wissen wecken die Faszination

## Kontinuierliche berufliche Entwicklung

Die Halbwertszeit des Wissens auf beruflichen Fachgebieten wird von Experten auf ein Jahr geschätzt, weshalb diese eine generelle Empfehlung zur kontinuierlichen Weiterbildung und zum lebenslangen Lernen geben (Gontek, 2020). Lebenslanges Lernen ist bereichsübergreifend und fördert das Lernen

über die traditionelle Ausbildung hinaus und während des gesamten Erwachsenenalters.

Anbieter im Bereich der Bewegungs- und Gesundheitsförderung erwerben viele Fähigkeiten und Wissen während ihrer Ausbildung. Trotzdem ist in einem wettbewerbsintensiven Arbeitsmarkt ein kontinuierlicher Weiterbildungsprozess von entscheidender Bedeutung, damit die wechselnden Herausforderungen des Arbeitsumfeldes bewältigt werden. Menschen, die lebenslanges Lernen betreiben, sind selbst motiviert, neugierig und proaktiv.

Die kontinuierliche berufliche Entwicklung stellt sicher, dass jeder Kursleiter und Methodenanbieter über die gesamte Laufbahn hinweg kompetent bleibt und leistet so für die Ausübung der Tätigkeit wertvolle Dienste. Weiterbildungen sind immer eine gute Idee, um mit allen Neuerungen Schritt zu halten, die Kompetenzen zu erweitern oder einen Motivationsschub zu bekommen. Zusätzlich haben sich die beruflich und fachlich fragten Kompetenzen in den letzten Jahrzehnten kontinuierlich verschoben.

## Future Skills: Welche Fähigkeiten bringen uns jetzt und in Zukunft weiter?

Viele Studien zeigen, wie Automatisierung und künstliche Intelligenz die Nachfrage nach beruflichen Kompetenzen verändern werden. Der Bedarf an technologischen Fähigkeiten wird zusammen mit sozialen und emotionalen Fähigkeiten, wie Führung und Management von Mitarbeitern und Kursteilnehmern, am meisten steigen (McKinsey Global Institute, 2018). Die Nachfrage nach höheren kognitiven Fähigkeiten wird zunehmen und bestimmte Kompetenzen, insbesondere die Kreativität, einen rasanten Aufstieg erleben. Dagegen wird der Bedarf an grundlegenden kognitiven Fähigkeiten, wie Dateneingabe und -verarbeitung, zurückgehen. Abbildung eins zeigt uns, an welchen Kompetenzen wir uns orientieren können.



Die Grafik unterteilt bei den Schlüsselkompetenzen in elementare (unerlässlich in allen Branchen und Tätigkeiten) und notwendige (eher unterstützend). Darüber hinaus unterscheidet sie in homogene (weiss) und heterogene (blau) Metakompetenzen. Bei den homogenen sind sich die Experten über die Bedeutung für die allgemeine Arbeitswelt einig. Heterogene Metakompetenzen sind hingegen solche, die in Abhängigkeit von der Situation und den Anforderungen relevant sind. Mithilfe dieser Aufstellung lässt sich überlegen, in welche Fähigkeiten sich ein zeitliches und finanzielles Investment lohnt, um im jeweiligen Berufsfeld weiterzukommen und mit welcher Weiterbildung sich das erreichen lässt.

### Welche Weiterbildungen sollte ich als Anbieter oder Kursleiter in der Bewegungs- und Gesundheitsbranche konkret wählen?

Die Vielfalt und Auswahl ist gross und nicht auf die eigene Methode begrenzt. Somit ist es kaum möglich, alles Relevante bereits absolviert zu haben. Es ist eher eine Frage des Interesses, der Offenheit und der Eigeninitiative, sich die passenden Kurse herauszusuchen. Das Lernen sollte bewusst und proaktiv sein, um die persönlichen Fähigkeiten für die Anwendung im Beruf zu verbessern.

Es gibt eine Vielzahl unterschiedlicher Formate wie Workshops, Seminare oder Online-Kurse und viele offizielle Anbieter und Institute für Weiterbildungen im Bewegungs- und Gesundheitsbereich. Mit der Wahl des passenden Angebotes stellen die Teilnehmer sicher, dass sie Spass an der Weiterbildung haben: sowohl bezogen auf das Thema als auch auf das Format und die Institution. Was ist also zu beachten? Neben den persönlichen Interessen und beruflichen Zielen gibt es Vorgaben für die Anerkennung.

### Persönliches Interesse

Unser Interesse zeigt sich in der Aufmerksamkeit, die wir

an einer Sache oder einer anderen Person haben. Das können konkrete Objekte, thematische Wissensbereiche oder bestimmte Tätigkeiten sein. Je höher das Interesse und entsprechend die aufgewendete Aufmerksamkeit, desto stärker auch der Effekt des Lernens. Deshalb ist es sinnvoll, herauszufinden, welche Weiterbildungsthemen uns am meisten interessieren.

### Berufliche Ziele

Berufliche Entwicklungsziele helfen uns bei der Erweiterung der Fähigkeiten und der Motivation. So können wir persönliche Interessen mit Fähigkeiten oder Leistungszielen kombinieren, um bei der Arbeit erfolgreich zu sein. Das kann sich beispielsweise auf die unternehmerischen Vorhaben oder das Bestreben als Kursleiter beziehen. Setzen wir uns Ziele, die wir innerhalb eines bestimmten Zeitraums erreichen wollen, können wir an diesen Entwicklungen mithilfe von Weiterbildungen arbeiten, uns motivieren und vorankommen.

### Vorgaben zu den Weiterbildungen für eine Rezertifizierung

Die Normen zur Rezertifizierung beinhalten bestimmte Mindestanforderungen. Auf der Website von Qualitop ist im Handbuch Methodenanbieter (2020, S. 10) dazu folgendes zu lesen: «Zur Erfüllung der Weiterbildungspflicht sind fachspezifische Aus- und Weiterbildungstage von offiziellen Weiterbildungsinstitutionen notwendig, sofern sie ein Thema aus der jeweiligen Methode oder Berufsfeld «Bewegungs- und Gesundheitsförderung» beinhalten.»

Was bedeutet das? Weiterbildungen sind nicht auf die angebotenen Methoden der Kursleiter beschränkt, sondern können aus dem gesamten Bereich Gesundheit und Bewegung sein. Beispielsweise sind Einführungskurse in Entspannungstechniken, mentale Techniken oder auch eine andere Methode für jeden Kursleiter eine Bereicherung und erfüllen die Weiterbildungsanforderungen. ■



**Dr. Kirsten Koch**

Mit ihrer Erfahrung und dem Wissen als doktorierte Biologin, Consulterin und Coach bewegt sich Dr. Kirsten Koch stets in einem Umfeld, wo Qualität, Fairness und Ethik an erster Stelle steht. Diesen Grundsatz bringt sie auch in die Arbeit als Auditorin ein und sie arbeitet mit Sorgfalt, Unparteilichkeit und Zuverlässigkeit.

[www.qualitop.ch](http://www.qualitop.ch)

#### Auszug aus der Literaturliste

Digicomp (2020). Schlüsselfaktor Bildung: Warum lebenslanges Lernen für die Karriere so wichtig ist. Zugriff am 25.05.22. Verfügbar unter <https://www.digicomp.ch/blog/2020/06/18/warum-lebenslanges-lernen-so-wichtig-ist>

Der Spiegel Online (2020). Das unterschätzte Erfolgskonzept. Zugriff am 25.05.22. Verfügbar unter <https://www.spiegel.de/karriere/bildungsurlaub-und-fortbildung-das-unterschaezte-erfolgskonzept-a-3974366a-ceca-4895-b86e-12357a0e93d5>

Transformation-Blog, Klaus Peren (2021). Neue Kompetenzen für die digitale Welt. Zugriff am 25.05.22. Verfügbar unter <https://transformation-blog.de/2021/01/05/neue-kompetenzen-fuer-die-digitale-welt/>

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte [fitnesstribune@bluewin.ch](mailto:fitnesstribune@bluewin.ch).



# Gesundheit vor Attraktivität: Umfrage bei Activ Fitness und Fitnesspark zeigt Bedeutungswandel des Fitnesssektors

**Die vergangenen Sommer durchgeführte repräsentative Mitgliederumfrage der movemi AG zeigt: Fitness erfährt einen Bedeutungswandel in der Bevölkerung. 97,9 Prozent der Umfrageteilnehmenden geben an, ihre Gesundheit mit Fitness fördern zu wollen.**

Mehr als 44 800 Mitglieder der Formate Activ Fitness und Fitnesspark haben die Mitgliederumfrage beantwortet und bestätigen den Trend hin zu einem veränderten Gesundheitsbewusstsein. Nebst der Sensibilisierung durch Covid dürften insbesondere gesellschaftliche Megatrends wie die «Work-Life-Balance» oder «Health-Style» der letzten Jahre dazu führen, dass Fitness nicht vorwiegend als Freizeitbeschäftigung mit dem Ziel eines schöneren Erscheinungsbildes (genannt von 72 % der Befragten) verstanden wird, sondern als relevanter Grundpfeiler zur Förderung der Gesundheit (97,9 %).

Ähnliche Resultate liefert der publizierte Market Report 2022 des europäischen Fitnessverbands EuropeActive: Dieser weist darauf, dass die Konsumentenstimmung darauf hindeutet, dass eine generelle Steigerung der körperlichen Aktivität im Vergleich zu Vor-Covid-Zeiten erfolgen könnte. «Nach zwei herausfordernden Jahren, geprägt von der Pandemie, zeigt der Trend spätestens seit letztem Herbst wieder in die richtige Richtung. Nicht nur die Behörden haben anerkannt, dass gezieltes Kraft- und Ausdauertraining eine zentrale Rolle für die Gesundheit und insbesondere für ein starkes Immunsystem spielen. Die Erkenntnis ist auch in der Bevölkerung angekommen, und sie äussert sich in einer veränderten Wahrnehmung. Fitness wird, das zeigt unsere Umfrage, nicht mehr primär als Freizeitaktivität verstanden, sondern als integraler Bestandteil

eines ganzheitlich gesunden Lebensstils», erläutert René Kalt, CEO der movemi AG.

## Umfragemodus und weitere Ergebnisse

Die im Juni 2022 während rund zwei Wochen durchgeführte Umfrage, bei der Mitglieder aus der Romandie sowie aus der deutschsprachigen Schweiz befragt wurden, gehört zu den grössten in der Schweizer Fitnessbranche. Die Umfrage komplett ausgefüllt haben 44 817 Personen. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die Bevölkerung ab 15 Jahren, die Teilnahmequote bei Frauen liegt leicht höher als bei Männern.

## Steigende Check-in-Zahlen auch für 2023 erwartet

Die Renormalisierung des Alltags, das sich verändernde Gesundheitsbewusstsein und die steigenden Eintrittszahlen der vergangenen Monate stimmen zuversichtlich. Entsprechend geht die movemi AG davon aus, dass die Check-in-Zahlen in ihren Anlagen weiter zunehmen werden. Seit Ende der Aufhebung der letzten Covid-Massnahmen am 17. Februar 2022 sind die Eintritte stetig gestiegen: von insgesamt 900 000 Eintritten im Monat Februar 2022 auf rund 1,1 Millionen Eintritte im Dezember 2022. Die Erholung in den Mitgliederzahlen trat somit rascher ein als angenommen.

Die komplette Pressemitteilung der movemi AG finden Sie unter [www.movemi.ch/presse](http://www.movemi.ch/presse)

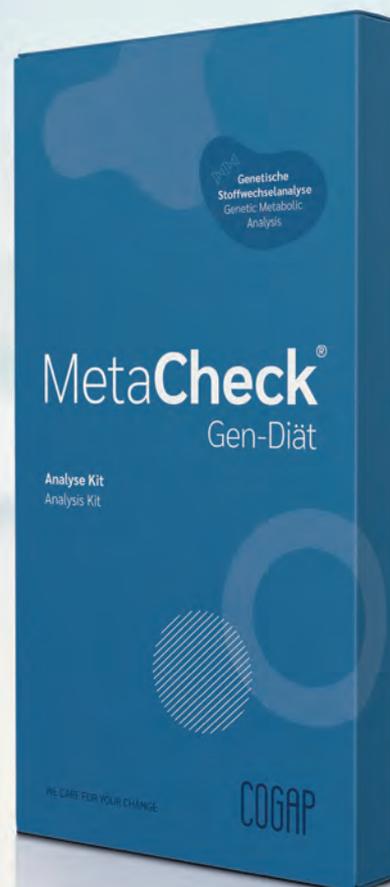
# SOLEDOR®

OPTIMIEREN SIE IHRE BERATUNG

## Stoffwechselanalyse auf DNA-Basis

### Ihre Vorteile

- Individuell angepasste Ernährungs- und Sportempfehlungen
- Zugang zum kostenlosen Ernährungsportal
- Unkomplizierter Wangenabstrich genügt
- Langfristige Ernährungsumstellung



# MetaCheck Gen-Diät

Deine DNA. Dein neues  
Lebensgefühl.



## NEU! Outdoor Gruppen Trainer in Zürich

**15.–16.04.2023 | Outdoor Gruppen Trainer**

Zum ersten Mal findet die Ausbildung zum Outdoor Gruppen Trainer in Zürich statt. Hierbei erfahren die Teilnehmenden, wie ein professionelles Training an der frischen Luft durchgeführt wird. Dabei wird auf wichtige Faktoren des funktionellen Outdoortrainings eingegangen. Praxisnah wird vermittelt, welche Organisationsformen und Outdoorflächen sich im Freien anbieten.

Weitere Informationen zur Ausbildung: [www.safs.com](http://www.safs.com)



## Mit viel Spannung EMS-Trainer werden

**07.03.2023 | EMS Trainer**

Neue Trainingsreize, effektives Training und jede Menge Spass – das bringt das EMS-Training mit sich. Die Nachfrage nach diesem erfolgreichen und kurzweiligen Training ist riesengross. Alles über das EMS-Training sowie Besonderheiten beim Training und bei den diversen Übungen werden bei der Ausbildung zum EMS Trainer vermittelt.

Weitere Informationen zur Ausbildung: [www.safs.com](http://www.safs.com)

## Up to date mit den SAFS Management Workshops

### **01.04.2023 | Nachhaltig Neukunden gewinnen**

Wie nachhaltig Neukunden gewonnen werden können, ist die Frage aller Fragen in den Fitnesscentern. Wie das erfolgreich gelingt und welche Phasen des Verkaufs unabdingbar sind, erfährst du in diesem Workshop.

### **02.04.2023 | Wie baue ich mir meine eigene «Marke» auf**

Die Frage, die sich Personal Trainer immer wieder stellen: Wie gelingt es, dass potenzielle Kunden den Weg zu mir finden? Bei diesem Workshop wird aufgezeigt, welche Vermarktungsstrategien zum Erfolg führen und wie das eigene Branding der jeweiligen Zielgruppe präsentiert werden sollte.

### **15.04.2023 | Ohne Kapital zum eigenen Fitnesscenter**

Anhand von Fallbeispielen und Möglichkeiten wird vorgestellt, welche Chancen und Risiken auf dem Weg in die Selbststän-

digkeit zu beachten sind. Hierbei wird praxisnah auf die verschiedenen Optionen des Unternehmertums eingegangen.

### **05.05.2023 | Group Fitness Management – GF gewinnbringend führen**

Der Gruppenfitnessbereich ist aus den Fitnesscentern nicht mehr wegzudenken. Wer es richtig angeht, kann hiermit enormen Profit erwirtschaften. Bei diesem Workshop werden die verschiedenen Group-Fitness-Modelle vorgestellt und aufgezeigt, wie der Gruppenfitnessbereich professionell und zahlenorientiert organisiert sein sollte und wie es gelingt, Rookies zu fördern.

Alle Workshops können live vor Ort oder digital besucht werden.

Weitere interessante Workshops: [www.safsweiterbildung.ch](http://www.safsweiterbildung.ch)



## NEXT STEP: Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis

Qualifizierte und zufriedene Mitarbeitende bilden die entscheidende Komponente für den Erfolg eines Fitnesscenters. Mit der berufsbegleitenden Weiterbildung zum eidg. Fachausweis ist eine hohe Fachkompetenz im Fitnesscenter gegeben.

Genau diese Qualifikation und Fachkompetenz erwarten die Mitglieder! Denn nach der Corona-Pandemie sind die Faktoren Gesundheit und gesunder Lifestyle noch mehr in den Mittelpunkt der Gesellschaft gerückt. Um sich von Mitbewerbern abzuheben, ist qualifiziertes Personal unabdingbar. Mit der Ausbildung zum Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis werden innerhalb von ca. 24 Monaten topausgebildete Mitarbeitende gefördert.

Die Basismodule beinhalten hierbei den SAFS-Fachausweis (Fitness Betreuer, Fitness Trainer und Kundenberater), den Functional Trainer und den Fitness Referent sowie Vorbereitungskurse für die Basismodulprüfungen.

In den Hauptmodulen Cardio Trainer, Ernährungstrainer, Reha Betreuer Rücken und Reha Betreuer Extremitäten sowie Gesundheitstrainer wird auf das erlernte Wissen aufgebaut. Zudem werden die Hauptmodule mit Vorbereitungskursen für die Hauptmodulprüfungen abgeschlossen.

Neben Fitness- und Gesundheitsmodulen werden die Auszu-

bildenden auch in betriebswirtschaftlichen Modulen wie dem Sales Manager oder dem Team Manager ausgebildet.

Insgesamt ergeben 14 Ausbildungsmodul das Konzept für die berufsbegleitende Weiterbildung zum Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis. Für jedes Ausbildungsmodul erhalten die Teilnehmenden Unterlagen sowie Zugriff auf eine digitale Lernplattform zum Selbststudium. Ebenso können Ausbildungsmodul vor Ort oder online besucht werden.

Weitere Informationen zur Ausbildung: [www.safs.com](http://www.safs.com) ■



Seit über 30 Jahren begleitet die SAFS Fachkräfte der Fitness- und Gesundheitsbranche auf ihrem Karriereweg.

Am 29. März 2023 findet um 18 Uhr die nächste kostenfreie Infoveranstaltung am Standort in Zürich statt.

Darüber hinaus können sich Studieninteressierte am 11. Mai 2023 um 18 Uhr über Bachelor-Studiengänge im Zukunftsmarkt Prävention, Gesundheit, Ernährung, Fitness, Sport und Informatik am Studienzentrum Zürich informieren.

Mehr erfahren: [www.safs.com](http://www.safs.com)

# 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**

# RKS GmbH

8196 Wil ZH · Bahnhofstrasse 47  
5400 Baden · Theaterplatz 2  
Partner von Optimum11 GmbH

Telefon: +41 44 869 05 05  
[bestellung@rks-gmbh.com](mailto:bestellung@rks-gmbh.com)  
[www.rks-gmbh.com](http://www.rks-gmbh.com)



## Die Innovation

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

## Dermatologisch getestet

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

## Für alle Fälle und alle Flächen

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

## Bis zu 30% Kosteneinsparung

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



dermatest-  
garantie.de






## PRIME TIME fitness Club

Mit der erfolgreichen Eröffnung des 1. Schweizer PRIME TIME fitness Clubs im September 2022 in Bern Ostermundigen lässt Ex-Eishockey Profi und Nationalspieler Dominic Meier seit der Eröffnung Revue passieren und berichtet was seinen Club so erfolgreich macht.

**FITNESS TRIBUNE:** Wie unterscheidet Ihr euch von anderen Clubs, USP, Extras für Mitglieder?

**Dominic Meier:** PRIME TIME fitness setzt auf höchste Qualität. Den grössten Unterschied zu herkömmlichen Fitnessangeboten sehe ich in der persönlichen Betreuung durch bestqualifizierte Personal Trainer, die eng mit Myzone arbeiten.

Wir betreuen unsere Mitglieder vom ersten Tag an und begleiten sie während des Trainings so eng, wie sie es wünschen. Jedes Neu-Mitglied hat am Anfang drei begleitete Trainingsgute. Dort machen wir eine Körperanalyse, setzen zusammen

Ziele, erstellen einen Trainingsplan und instruieren die Person auf allen Geräten. Auch ist für jedes Mitglied ein persönlicher Myzone-Switch-Pulsmesser inbegriffen. Wer ihn während des Trainings trägt, kann unter anderem auf allen 18 Bildschirmen im Studio seinen Puls- und Kalorienverbrauch kontrollieren.

**FT:** Wieso habt ihr euch für das Myzone Herzfrequenz-System entschieden?

**DM:** Der neue PRIME TIME fitness Club in Bern Ostermundigen besticht durch die typischen Attribute eines Premium Training Clubs: beste Geräte und ein bestens geschultes Trainerteam.



Dazu gehört auch die zukunftsweisende Technologie von Myzone zur effizienten Pulssteuerung. Über Studio-Bildschirme kann der Herzschlag in Echtzeit verfolgt werden – so lässt sich die Trainingsintensität ideal steuern. Nach jedem Training steht ein Überblick über die Trainingsleistung zur Verfügung. Aus Herzfrequenz, Kalorienverbrauch sowie Trainingszeit ergeben sich die Myzone Effort Points (=MEPs). Die Mitglieder können sich mit ihrem Personal Trainer oder anderen Mitgliedern verbinden und sich gegenseitig herausfordern, um sich noch mehr zu motivieren. Eine Win-Win Situation für uns und unsere Mitglieder.

**FT:** Wie war für euch die Installation & Onboarding-Phase, die Einführung im Club?

**DM:** Wir wurden von der ersten Beratung bis zum Go-live eng von den Myzone-Verantwortlichen unterstützt. Dadurch verlief die gesamte Einführung absolut problemlos und ohne Zwischenfälle. Unser Myzone System läuft seit Tag 1 ohne Zwischenfälle einwandfrei.

**FT:** Welches Feedback habt Ihr von der Community erhalten?

**DM:** Myzone bringt gerade für unser intensives Betreuungskonzept einen enormen Mehrwert. Für unsere Beginner ist die einfache Handhabung und die simple Lesbarkeit mit den farbigen Kacheln ein geniales Tool für ihr Training. Sie lernen auf einfachste Weise die Vorteile des pulsgesteuerten Trainings kennen. Unsere erfahrenen und ambitionierten Mitglieder lieben die Challenge. Wer sammelt mehr Punkte, wer verbrennt mehr Kalorien im Training, u.s.w.

**FT:** Wie wird bei euch Myzone in Studioalltag eingesetzt?

**DM:** Bei uns bekommt jedes Mitglied bei Vertragsabschluss einen Myzone Switch. Wir instruieren auch jedes Mitglied wie Myzone funktioniert inkl. Installation der App. Dadurch tragen sehr viele Mitglieder während den Trainings bei uns ihren Switch. Einerseits haben wir so unsere Screens voll mit den Kacheln und die Mitglieder sind besonders motiviert. Zusätz-

lich, wenn das MG es erlaubt, können unsere Trainer mit den Myzone Daten wertvolle Informationen für die regelmässigen Checks und Analysen entnehmen.

**FT:** Welches Feedback hast Du für andere Studiobesitzer und Fitnesstrainer, die sich überlegen Myzone zu integrieren?

**DM:** *Viele neidische Rückmeldungen haben wir bekommen. Da wir in der Schweiz zu den ersten gehören, die Myzone einsetzen, ist das Interesse der anderen Studiobesitzer sehr gross.* Viele kommen zu uns in den Club und schauen sich das System genau an. Ich bin gespannt, wie sich das entwickelt...

**FT:** Welche Aspekte des Myzone Systems sind bei euch am hilfreichsten?

**DM:** Ganz klar die Live Displays im Club. Der Switch ist bei uns Standard. Aber die Live Displays sind wie bereits erwähnt egal ob Beginner oder Profi ein riesen Mehrwert und eine zusätzliche Motivation. ■

**PRIME TIME fitness** ist seit dem 19. September 2022 der neue Premium Club in Bern Ostermundigen mit einzigartiger Trainingsatmosphäre und Panoramablick und der erste PRIME TIME fitness in der Schweiz. Auf zwei Etagen mit 1500 m<sup>2</sup> Trainingsfläche und zusätzlich 80 m<sup>2</sup> Outdoor Trainingsarea. Eingerichtet ist der Club mit dem feinsten Trainingsequipment der führenden Hersteller, handverlesen zusammengestellt – eben typisch PRIME TIME. Weitere Highlights im Club sind Sauna, Massageangebote, Virtual Trainings und vieles mehr. Mehr Informationen: [www.primetimefitness.ch](http://www.primetimefitness.ch)

**Myzone** wurde 2011 vom Fitnessexperten Dave Wright gegründet und hat seither ein imponierendes Wachstum erreicht und bedient derzeit über 9000 Einrichtungen in 84 verschiedenen Ländern mit über zwei Millionen ausgelieferten Trackern.

Myzone ist eine Hardware-, Software- und Wearable-Plattform, die innovative Technologie nutzt, körperliche Bewegung belohnt und Menschen dabei hilft, sich beim Sport wohlzufühlen. Mehr Informationen: [www.myzonedach.org](http://www.myzonedach.org)



Alle Altersgruppen zu Fitness- und Gesundheitstraining motivieren

## «Up to age»: Zielgruppe versus Lifestyle

Statt von Kindern, Jugendlichen, Erwachsenen, Rentnerinnen und Rentnern sprechen wir heute von spezielleren Zielgruppen wie der Generation X, Y und Z, den Millennials und den Babyboomern. Das Selbstverständnis der Menschen hat sich verändert. Die Individualisierung nimmt zu und der Lifestyle prägt heute stärker das Verhalten als das reale Alter. Verändert diese Entwicklung auch den Centeralltag? Wie weit müssen Centerbetreibende ihr Angebot und ihre Marketingaktivitäten anpassen, damit sich wirklich alle Mitglieder von Jung bis Alt angesprochen fühlen und Lust haben, ins Center zu kommen? Dazu haben wir Bernhard Beidl befragt.



2019). Im Schnitt fühlten sich die Befragten um zehn Jahre jünger als sie waren. «Alt» ist man laut dieser Studie frühestens ab 70, für Befragte über 60 Jahre sogar erst ab 75. Interessant für unsere Branche ist die Aussage, dass ab 50 Jahren Gesundheit und körperliche sowie geistige Fitness als besonders wichtig eingeschätzt werden und auch im fortgeschrittenen Alter viel dafür getan wird.

### **Demografischer Wandel**

Dank der besseren medizinischen Versorgung steigt die Lebenserwartung. Das zu erreichende Lebensalter sowie einzelne Lebensphasen verschieben sich real um Jahre nach hinten. «Im Jahr 2021 erreichte das Durchschnittsalter der ständigen Wohnbevölkerung in der Schweiz einen neuen Höchststand von rund 42,78 Jahren» (Statista Research Department, 2022). Der «Golden Age Report» zeigt, dass der demografische Wandel zunehmend zu einer Verschiebung der Kaufkraft in Zielgruppensegmente jenseits der bisher werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen führt (ARD-Werbung SALES & SERVICES, 2021/2022). Die Zahl der kaufkräftigen Konsumenten 50 plus wächst kontinuierlich. Positiv für die Fitnessbranche auch hier: In den Bereichen Gesundheit und Freizeit steigen die Konsumausgaben mit zunehmendem Alter kontinuierlich an.

### **Wer besucht die Fitnesscenter?**

In Schweizer Centern dominieren allerdings die Jüngeren. Die «Eckdaten der Schweizer Fitness-Wirtschaft 2022» ergeben, dass zwei Drittel der Mitglieder in der Schweiz über alle Fitness- und Gesundheitsanlagen hinweg gesehen zwischen 20 und 50 Jahre alt sind (swiss active, 2022). Das Durchschnittsalter aller Mitglieder liegt derzeit bei 40,0 Jahren. Ebenfalls über alle Anlagen hinweg liegt der Anteil der 50- bis 60-Jährigen bei 12,8 Prozent, der ab 60-Jährigen bei 11,5 Prozent.

Gemessen daran, wie wichtig der Generation 50 plus das Thema Lebensqualität ist, die entscheidend von den Faktoren Fitness, Gesundheit und Mobilität (= Unabhängigkeit) bis ins Alter beeinflusst wird, ist hier noch viel «Luft nach oben», um Neumitglieder zu gewinnen. Doch wie spricht man eine Zielgruppe an, die sich jünger fühlt, als sie ist? Gesundheitsorientiertes Fitnesstraining kann nicht die einzige Lösung sein, weil grosse Teile der eigentlichen Zielgruppe sich als zu fit und zu «cool» dafür ansehen.

Gleichzeitig darf die grosse Gruppe der jüngeren Mitglieder bei der Konzeption und Weiterentwicklung der Angebote nicht vernachlässigt werden.

### **Stereotype sind out – Individualisierung ist in**

Die Anforderungen und Ansprüche der einzelnen Mitglieder sind heute so vielfältig wie die Bandbreite ihres Alters, sozialen Status, Lifestyles und Selbstbildes. Kundinnen und Kunden lassen sich in unserer hoch individualisierten Gesellschaft nicht «über einen Kamm scheren» und sich den Kategorien Jung oder Alt nicht mehr einheitlich zuordnen. Themen wie Achtsamkeit sind generationsübergreifend wichtig. In Yoga- oder Mobility-Kursen trainieren heute beispielsweise ▶

Noch vor einigen Jahrzehnten gab es eine strikte Trennung zwischen Jung und Alt. Ab 50 Jahren galt man als alt, verhielt sich entsprechend und regte sich eher über die Exzesse der Jugend auf, als ihr nachzuaahmen. Heute laufen 50-Jährige in Jeans, Sneakern und Hoodie herum, freuen sich, wenn ihre Kids sich nicht heimlich ihre Klamotten ausleihen, gehen auf Punkrockkonzerte und Raves und nutzen permanent Social Media. «50 ist das neue 30» ist nicht nur ein Spruch, sondern ein Lebensgefühl. Für den «Golden Ager Report 2019» wurden 1525 Personen zwischen 50 und 79 Jahren befragt (Schwabl,

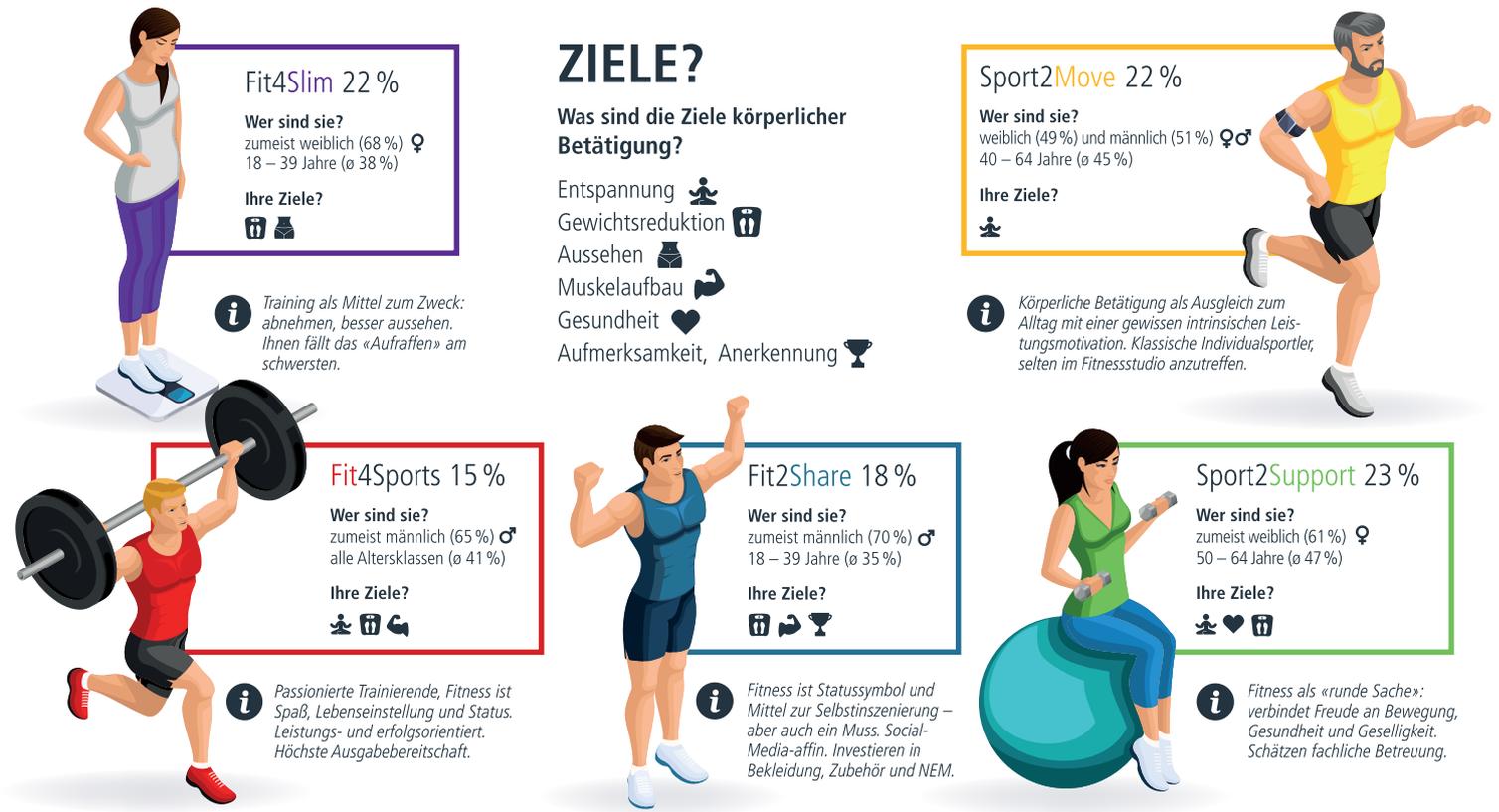


Abb. 1: Verschiedene Kundentypologien im Überblick (mod. nach GIM, 2018)

immer mehr verschiedene Altersgruppen miteinander. Was zählt, ist das gemeinsame Ziel.

Google, Facebook und Amazon verdienen mit ebendieser individualisierten Ansprache ihr Geld. Diese Tech-Giganten tracken das Nutzungsverhalten ihrer Kundinnen und Kunden und erstellen daraus Profile, die an deren Wünschen und Bedürfnissen ausgerichtet sind – das Alter spielt dabei eine untergeordnete Rolle. Auch für Center ist entscheidend, wie gut sie ihre Mitglieder oder potenziellen Kundinnen und Kunden kennen. Die Werbung potenzieller Neukundinnen und -kunden kann deshalb besser über die Vermittlung eines Lebensgefühls und positiver Werte laufen als über vermeintlich altersgerechte Motive, in denen sich eine Zielgruppe eventuell nicht wiedererkennt oder wiedererkennen will. Denn: «Ältere denken und handeln zudem mitunter «jugendlicher» als die Jüngeren selbst. In der Ära der Post-Demografie wird die komfortable Idee der soziografisch definierten Zielgruppe abgelöst von Lebensstilen, die durch Werte, Einstellungen und Konsummuster definiert sind.» (Zukunftsinstitut, 2022).

**Verschiedene Fitnessstypen**

Die «Germany in Motion»-Studie teilt Kunden auf Grundlage ihrer Motive für regelmässiges Fitnessstraining in unterschiedliche Typologien ein und definiert fünf bedürfnisbasierte Typen, die sich primär in Bezug auf die Dimensionen Gesundheit/Ausgleich, Leistungsmotivation und Aussenwirkung unterscheiden (vgl. Abb. 1). Für eine kundenzentrierte Verkaufsstrategie mit nachhaltigem Erfolg sollte der USP genau zu diesen unterschiedlichen Bedürfnissen der einzelnen Mitglieder passen – von Jung bis Alt.

**Was wollen die Kundinnen und Kunden?**

Wer die Ziele, Wünsche, Bedürfnisse, Einstellungen, No-Gos und Stolpersteine seiner Zielgruppen kennt, kann darauf reagieren – von der Marketingstrategie und Ausrichtung des Centers, dessen Design, Geräteausstattung und Kursangebote bis hin zur Betreuung durch ein qualifiziertes Team. «[Für] die Betreuung vor Ort bedeutet dies gleichermassen, dass es bei mehreren Zielgruppen, die sich bezüglich Alter, Geschlecht, Wünschen und Voraussetzungen unterscheiden, einer gesonderten Ansprache bedarf, um niemanden abzuschrecken oder auszugrenzen» (Gärtner, 2022). Denn egal, in welchem Alter ein Mitglied startet: Nur, wenn es den Nutzen und Mehrwert seines Trainings erkennt und sich wohlfühlt, kann es zum Botschafter des Centers werden.

**Unser Experte**

Ein Spagat zwischen unterschiedlichen Zielgruppen: Wie es gelingen kann, alle Kundinnen und Kunden zeitgemäss anzusprechen, abzuholen und ihnen optimale Trainingsbedingungen zu liefern, erläutert Bernhard Beidl («Athlet des Lebens», GYM&BOX) auf den folgenden Seiten. ■

**Auszug aus der Literaturliste**

Schwabl, T. (2019). Golden Ager Report. Zugriff am 07.12.2022. Verfügbar unter <http://www.marketagent.com/webfiles/MarketagentCustomer/pdf/c17b0dd2-1fa8-4ba4-9510-5cd753825eca.pdf>

swiss active – IG Fitness Schweiz (Hrsg.). (2022). Eckdaten der Schweizer Fitness-Wirtschaft 2022. Bern: Hrsg.

Kreis, F. (2021). Jeder Kunde ist anders – So überzeugen Sie beim Verkauf. Zielgruppenspezifische Verkaufsstrategien. fitness MANAGEMENT international, 1 (153), 94–96.

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte [info@fitnessmanagement.de](mailto:info@fitnessmanagement.de).

# DIE KOMBI MACHT'S

KRAFT UND BEWEGLICHKEIT IM WECHSEL

- » Unsere Lösung für die anatomischen und physiologischen Anforderungen von heute
- » Vereint die Bedürfnisse Deiner Trainierenden in einem Konzept
- » Standardisiertes Training mit zehn Geräten auf kleinem Raum
- » Muskellängentraining und Kräftigung im Wechsel

## FIT IN KURZER ZEIT

BIS ZU DREI STUNDEN SITZEN  
» EIN DURCHGANG  
IN 15 MINUTEN

MEHR ALS DREI STUNDEN SITZEN  
» ZWEI DURCHGÄNGE  
IN 30 MINUTEN





## Bernhard Beidl

14 Jahre lang war Bernhard Beidl im Polizeidienst tätig. Während dieser Zeit wurde er weltweit eingesetzt und bildete als Einsatztrainer Polizisten und Polizistinnen in Taktik, Technik, Sonder- und Amoklagen aus und fort. Danach kündigte er den Staatsdienst, um seine Leidenschaft als Trainer, Coach und Dozent auszuleben. Zu seinen Klientinnen und Klienten zählen Gesundheitstrainierende, aber auch Nationalspieler, Nationalspielerinnen, Jiu-Jitsu-Weltmeisterinnen und Kraftdreikämpfer. Neben dem Bau seines Trainingscenters «Bernhardtrainiert» 2014 wurde auch die «CrossFit® Lakefront Box» ins Leben gerufen. Auf dem «GYM&BOX Areal» bietet sein Team ganzheitlich mehr Wohlbefinden für alle Alters- und Leistungsgruppen.

[www.gymandbox.at/personaltrainer/bernhard](http://www.gymandbox.at/personaltrainer/bernhard)

«Up to age» – Interview mit Bernhard Beidl, «Athlet des Lebens», GYM&BOX

# «Wegbegleiter für das grosse Ganze»

**FITNESS TRIBUNE:** Der tätowierte Best Ager beim Crosstraining, junge Frauen mit Langhanteln bei Deadlifts und Kniebeugen, Seniorinnen im Zumba-Kurs – beobachten Sie einen Wandel im Lifestyle und im Selbstverständnis Ihrer Mitglieder? Können wir die Centermitglieder von heute noch genauso adressieren wie vor 20 Jahren?

**Bernhard Beidl:** Die Veränderung der Fitnessbranche hat nach den Lockdowns nochmals an Fahrt aufgenommen. Immer mehr Menschen nutzen digitale Medien, um vorab zu recherchieren, was der Markt ihnen in Bezug auf Gesundheit bieten kann. Meines Erachtens wird ein herkömmliches Fitnesscenter nicht mehr nur als «Muckibude» gesehen und verkannt, sondern dort mehr Wohlbefinden gesucht und oft auch gefunden. Die Strategie der Studios bzw. der kompletten Branche sollte definitiv ganzheitlicher werden. Der Wunsch, den Geist und den Körper gleichermassen zu fordern und zu fördern, ist in jeder Altersschicht gewachsen.

**FT:** Lassen sich die Kundinnen und Kunden heute noch in spezifische Alters- bzw. Zielgruppen unterteilen? Inwiefern muss man Stereotypen in der Denkweise aufbrechen, um für möglichst viele Mitglieder ein passendes Trainingsumfeld und -angebot zu schaffen?

**BB:** Es wird sichtlich schwieriger, Mitglieder in Zielgruppen zu unterteilen und ist aus meiner Sicht auch gar nicht mehr erwünscht. In meinem Center und meiner CrossFit® Box sehe ich, wie Teenager den Senioren und Seniorinnen die Hantel in die Hand drücken und umgekehrt. Jeder «performt» dort nach seinen eigenen Möglichkeiten und für seine eigenen Ziele. Die entscheidende Massnahme, die jeder von uns treffen muss, ist es, qualifiziertes Personal zur Verfügung zu stellen. Bei uns bekommt z. B. ein Kraftdreikämpfer einen Trainer oder eine Trainerin mit Kraftdreikampferfahrung und ein Fan von CrossFit® einen erfahrenen CrossFit® Athleten bzw. eine kompetente Trainerin an die Seite gestellt. Reha-

bilitationspatienten dagegen trainieren nach der Arbeit mit einem Physiotherapeuten auch mit einem Rehabilitationstrainer weiter. Eine Symbiose aller Trainer und Trainerinnen mit den verschiedensten Stärken sollte das A und O einer jeden ganzheitlichen Anlage im Fitness- und Gesundheitsbereich sein. Denn diese sorgt für ein Umfeld, in dem sich alle wohlfühlen und wachsen können.

**FT:** Die Bandbreite der Centerbesucher reicht heute von der Generation Z bis zu den Babyboomern. Nutzen Sie für die verschiedenen Mitgliedergruppen unterschiedliche Ansprachen und entsprechende Marketingtools?

**BB:** Wir haben damit begonnen, über verschiedene Zutrittskarten bzw. Mitgliedschaften für unterschiedliche Uhrzeiten die Kapazitäten des Centers besser auszulasten. So haben Jugendliche die Möglichkeit, eine günstige Abendmitgliedschaft zu erwerben, mit der sie ab 19 Uhr ihr Training starten können, während die ältere Generation auf Frühmitgliedschaften zurückgreifen kann. Trotz allem forcieren wir mit verschiedenen gemeinsamen Events die Verbindung zwischen all den verschiedenen Mitgliedern.

Für die Generation 50 plus sind Personal-Training-Mitgliedschaften natürlich erschwinglicher als für Jugendliche. Diese Mitgliedschaften helfen dabei, den «inneren Schweinehund» zu bezwingen und sind ein wichtiger Faktor, um diverse Unsicherheiten oder vielleicht sogar Vorurteile bezüglich eines Fitnesscenters zu bekämpfen. Des Weiteren ist Personal Training aber auch ein Erfolgsgarant. Ein Training mit einem Trainer oder einer Trainerin zu einem festen Termin bringt nachweislich Erfolg, das zeigt uns die Praxis.

Abgeholt werden Interessenten immer dort, wo sie zu finden sind. Inserate in Bezirkszeitungen haben unseres Erachtens zwar noch Erfolg bei der Generation 60 plus, der grösste Teil jedoch erfolgt im ländlichen Bereich durch Mundpropaganda. Deshalb sollte sich die Fitness- und Gesundheitsbranche eine grosse Scheibe von der Tourismusbranche abschneiden. «Verdienen» kommt von «dienen», das vergessen viele Centerbetreibende. Was man anbietet, sollte man auch dort zeigen, wo die Menschen sich am meisten aufhalten – und das ist heute am Smartphone.

**FT:** In welchen spezifischen Bereichen haben Sie Ihr Angebot erweitert bzw. in Ihr Portfolio investiert, um «auf der Höhe der Zeit» zu agieren? Inwieweit grenzen Sie sich dadurch von Ihren Mitbewerbern ab?

**BB:** Das bereits angesprochene Eins-zu-eins-Personal-Training sowie die Gesundheitsstunde in Kleingruppen sind die beiden Bereiche, die wir im Moment am häufigsten adaptieren und verbessern. Stark gewachsen ist auch das Kindertraining, für das wir in unserem Team eine Fitnesstrainerin/Kinderpädagogin beschäftigen. Der Aufbau unserer eigenen Online-Coaching-App ist die grösste Abgrenzung von unseren Mitbewerbern und lässt uns wahrlich Grenzen sprengen. Dort

verbinden wir Training, Ernährung, Regeneration und Reflexion und können auch weit ab von unserem Standort Klienten und Klientinnen erfolgreich betreuen. Wer diesbezüglich nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit, deshalb lag unser Fokus klar auf diesem Bereich.

**FT:** Werden die Trainings- und Kursangebote wirklich nur von der ursprünglich anvisierten Zielgruppe genutzt oder mischen sich die Interessen und Ansprüche der Mitglieder inzwischen unabhängig vom Alter?

**BB:** Eine ganz klare Abgrenzung gibt es nicht, trotz allem gibt es aber natürlich auch Kurse, die auf spezielle Zielgruppen abgestimmt werden. Grundsätzlich jedoch sorgt «alles unter einem Dach» für ein Miteinander statt Nebeneinander. Besonders für mich als mittlerweile 44-Jährigen sind die Gespräche mit Jugendlichen sowie auch mit reiferen Mitgliedern eine Bereicherung. Ich erfahre generationsübergreifend, wo «der Schuh drückt» und kann sehr gut ableiten, welche Verbesserungen wichtig wären.

**FT:** Welche Herausforderungen und Chancen gehen mit der steigenden Nachfrage nach individualisierten Konzepten in Sachen Mitarbeiterqualifikation und Weiterbildung einher? Welche Lizenzen sind wichtig, um Kunden optimal abzuholen?

**BB:** Heute bildet man Menschen nicht mehr zu Trainern und Trainerinnen aus, sondern vielmehr zu Coaches. Ein Trainer sieht z. B. die Muskulatur, ein Coach betrachtet den Menschen als Ganzes. Deshalb ist es für mich als Centerleiter sowie als Dozent an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement und Referent an der BSA-Akademie extrem wichtig, die von unseren Klientinnen und Klienten geforderte Ganzheitlichkeit zu lehren. Klar gibt es Spezialisten und diese sind auch wichtig, trotzdem darf kein Spezialist das grosse Ganze aus den Augen verlieren. So hat jeder Trainer seine spezifischen Stärken, entweder im Umgang mit Senioren, im Leistungssport oder in der Sportrehabilitation. Aber alle haben auch die Stärke im Umgang mit dem Individuum Mensch. Das ist essenziell.

**FT:** Wo sehen Sie im Markt Potenzial für weiteres Wachstum? Was müssen Centerbetreiber tun, um von der steigenden Nachfrage nach individualisierten Angeboten auch langfristig zu profitieren?

**BB:** Das Potenzial liegt für mich definitiv in Ganzheitlichkeit gepickt mit Authentizität und Menschlichkeit. Jedes Unternehmen sollte Menschen finden und ausbilden, die sich nicht nur als Mitarbeiter und Mitarbeiterin sehen, sondern als Wegbegleiter und Wegbegleiterin für das grosse Ganze, das ganzheitliche Wohlbefinden der Menschen. Wenn diese darüber hinaus über verschiedene Stärken verfügen, lässt sich ein Team formen, welches jegliche Anforderungen ebenso wie individualisierte Angebote abdecken kann. Wenn der Klient profitiert, profitiert auch das Unternehmen. ■

Auf zum grossen Fachkongress nach Köln!

# Hochkarätige Vorträge auf dem FIBO Congress 2023

**Ein wichtiger Termin der internationalen Fitness- und Gesundheitsbranche rückt immer näher: Vom 13. bis 15 April 2023 findet der FIBO Congress im Congress-Centrum Nord Koelnmesse im Rahmen der FIBO statt. Die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und die BSA-Akademie, die den Kongress unter Federführung der FIBO organisieren und durchführen, warten auch in diesem Jahr wieder mit einem packenden Vortragsprogramm auf. Seien auch Sie dabei – informieren, netzwerken, durchstarten!**

Die alljährlich stattfindende weltweit grösste Fachmesse für Fitness, Wellness und Gesundheit, die FIBO, ist für Branchenangehörige längst schon ein fester Termin in der Jahresplanung. Parallel zur FIBO findet nun auch zum zweiten Mal die Neuauflage des FIBO Congress statt. Die Besucherinnen und Besucher können sich hier über neueste Erkenntnisse und Entwicklungen informieren und darüber hinaus wertvolle Kontakte knüpfen.

## Über 80 Fachvorträge

An drei der vier Messetage der FIBO bietet der FIBO Congress ein hochkarätiges Vortragsprogramm: Die renommierten Referentinnen und Referenten liefern in über 80 branchenrelevanten Vorträgen aus den Themensträngen Training, Management, Ernährung, Betriebliches Gesundheitsmanagement, Mentale Fitness/Coaching und Existenzgründung praxisori-

enterte Tipps und aufschlussreiche Erkenntnisse zu aktuellen Themen.

In der Speakers Corner haben die Besucherinnen und Besucher zudem die Möglichkeit, mit den Referierenden jeweils im Anschluss an ihre Vorträge weiterführende Gespräche zu führen oder Fragen zu stellen. Darüber hinaus bietet der Fachkongress für Experten und Unternehmen aus den Themenfeldern Fitness, Prävention und Gesundheit vielerlei Gelegenheiten zum Netzwerken und Austauschen.

## Praxis und Theorie

FIBO und FIBO Congress ist die perfekte Kombination aus Leitmesse und Fachkongress und damit optimal für alle Brancheninteressierten, die up to date bleiben wollen: Während sie auf der Messe neueste Entwicklungen und Trends direkt praktisch ausprobieren können, erfahren sie auf dem Kongress aktuelles Branchen-Know-how in Form von spannenden Vorträgen.

## Tickets sichern

Seien Sie also unbedingt vom 13. bis 15. April im Congress-Centrum Nord Koelnmesse dabei! Tickets für den FIBO Congress erhalten Sie unter [www.fibo-congress.com](http://www.fibo-congress.com). ■



**FIBO**  
CONGRESS

GLOBAL-FITNESS

Foto: DHfPG/BSA

Do. **13.** April

Uhrzeit	Referent/Referentin	Vortrag	Themenstrang
11.00 Uhr	Christoph Mundt	Unternehmenskultur – strategisches BGM in der Praxis	Betriebliches Gesundheitsmanagement
12.00 Uhr	Prof. Dr. Ulf Sobek	Atme dich stark!	Training
13.00 Uhr	Stefan Haase	Acht erfolgversprechende Finanzierungsarten für die Fitness- und Gesundheitsbranche	Existenzgründung
14.15 Uhr	Prof. Dr. Julia Krampitz	StrEssen – mit den richtigen Ernährungsgewohnheiten auf zu neuer Energie	Ernährung
16.15 Uhr	Ralf Capelan	Markt- und Umweltanalyse – Chancen ergreifen und Risiken vermeiden!	Management

Fr. **14.** April

Uhrzeit	Referent/Referentin	Vortrag	Themenstrang
11.00 Uhr	Patrick Berndt	Zielspezifische Übungsauswahl im Krafttraining	Training
12.00 Uhr	Barbara Nützel	Achtsamkeit im organisationalen Kontext	Mentale Fitness/Coaching
14.15 Uhr	Anke Mächler	Gesundheitstage als Akquisetool	Management
15.15 Uhr	Henrik Gockel	Existenzgründung: Mit welchem Konzept starte ich meine Selbstständigkeit	Existenzgründung
16.15 Uhr	Clive Salz	Schneller, höher, weiter ...	Ernährung

Sa. **15.** April

Uhrzeit	Referent/Referentin	Vortrag	Themenstrang
10.00 Uhr	Prof. Dr. Sarah Kobel	Der (potenzielle) Fitnessstrebende	Management
11.00 Uhr	Ralf Capelan	Vom Geschäftsmodell über den Lean-Startup-Ansatz zum Businessplan	Existenzgründung
12.00 Uhr	Harald Gärtner	Ernährungsirrtümer	Ernährung
14.15 Uhr	Prof. Dr. Arne Morsch/ Prof. Dr. med. Jürgen Rissland	Individualisiertes Fitnesstraining mit Post-COVID-Betroffenen	Training
16.15 Uhr	Nicolai Rolli	Selbstregulation – so steuern wir unsere Gedanken und Gefühle	Mentale Fitness/Coaching

Das gesamte Programm des diesjährigen FIBO Congress finden Sie unter [www.fibo-congress.com/programm](http://www.fibo-congress.com/programm).



Implikationen für das Marketing

## Mitglieder und Nichtmitglieder im Vergleich

**Wie werden Fitnessanlagen tatsächlich wahrgenommen? Diese Frage stellen sich viele in der Branche. Neueste Forschungsergebnisse der DHfPG erlauben nun den Vergleich zwischen Mitgliedern und Nichtmitgliedern hinsichtlich Einstellung, Trainingshäufigkeit, Verhaltensintentionen der Menschen und der subjektiven Bedeutung von Gesundheit. Die Ergebnisse liefern wichtige Implikationen für das Marketing von Fitnessanlagen.**

Gerade Anfang des Jahres fassen viele Menschen Vorsätze. Nicht selten gehören eine gesündere Lebensweise, eine bessere Ernährung und ein regelmässiges Fitnesstraining dazu. Die Diskrepanz zwischen dem gewünschten und dem tatsächlichen Verhalten ist häufig aber gross. Um das Marketing ent-

sprechend zielgruppenspezifisch auszurichten und Personen tatsächlich nachhaltig zu einem regelmässigen Fitnesstraining zu bewegen, brauchen Fitnessanlagen Einblicke «in die Köpfe» ihrer (potenziellen) Mitglieder. Jüngste Forschungsergebnisse der DHfPG erlauben den Vergleich zwischen Personen



Vergleich zu vor der Corona-Krise eher bis stark an Bedeutung gewonnen. Sie besitzt aktuell für beide Gruppen einen sehr hohen Stellenwert ( $M_{\text{Mitglieder}} = 4,17$ ,  $M_{\text{Nichtmitglieder}} = 3,95$ ; Skala von 1 = überhaupt nicht wichtig bis 5 = sehr wichtig).

### Besteht ein Fit zwischen Selbst- und Fremdwahrnehmung?

Die Fitnessbranche hat den Wert von Gesundheit längst erkannt und ihren Gesundheitsauftrag internalisiert. Dies zeigt sich nicht zuletzt in der immer stärker werdenden Positionierung der Studios in diesem Bereich. Die Ergebnisse der DHfPG aber zeigen, dass dieses Selbstbild der Branche nicht immer mit dem Fremdbild übereinstimmt. Während Personen mit einer aktiven Mitgliedschaft den Anlagen eine recht hohe Gesundheitskompetenz zuschreiben ( $M = 3,73$ , Skala von 1 = überhaupt nicht kompetent bis 5 = sehr kompetent), bewegt sich diese bei Nichtmitgliedern nur im durchschnittlichen Bereich ( $M = 3,36$ ) und ist damit signifikant geringer ausgeprägt. Andere Gesundheitsdienstleister wie Orthopäden oder Physiotherapeuten werden von den beiden Gruppen hinsichtlich ihrer Gesundheitskompetenz jedoch gleich bewertet (vgl. Abb. 1). Dass die Unterschiede in der Wahrnehmung der Gesundheitskompetenz nur bei Fitness- und Gesundheitsanlagen auftreten, zeigt, dass die Anlagen ihre Aussenwahrnehmung verändern und ihren Gesundheitsauftrag dringlicher nach aussen vermitteln müssen.

Stehen Unternehmen für bestimmte Werte ein, muss diese Werteorientierung glaubhaft nach aussen vermittelt werden. Ein regelmässiger Abgleich von Selbst- und Fremdbild deckt hier möglichen Handlungsbedarf auf. ▶

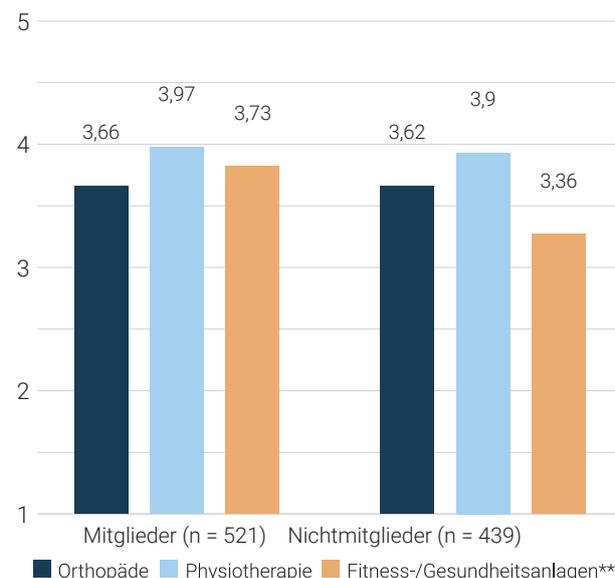
mit einer aktiven (N = 534) und Personen ohne Mitgliedschaft (N = 443) hinsichtlich Gesundheitsorientierung, Einstellung zum Training, Trainingshäufigkeit und ihren Verhaltensabsichten. Auch zeigen die Ergebnisse, wie die Fitnessbranche von diesen beiden Personengruppen in Bezug auf ihre Gesundheitskompetenz wahrgenommen wird und ob dieses Fremdbild mit dem Selbstbild der Branche, die sich schwerpunktmässig im Bereich Gesundheit positioniert sieht, übereinstimmt.

Blicken Fitnessanlagen durch die Brille der Kunden statt durch die des Unternehmers, öffnen sich ihnen ganz neue Perspektiven, die die Grundlagen ihrer Marketingaktivitäten sein sollten.

### Die Bedeutung von Gesundheit

Krisen wie die Corona-Pandemie führen häufig dazu, dass sich Werteorientierungen der Menschen verschieben. Daher ist es wenig verwunderlich, dass Gesundheit einen Zuwachs an Bedeutung erfahren hat: Für 51,9 Prozent der Mitglieder sowie für 57,8 Prozent der Nichtmitglieder hat Gesundheit im

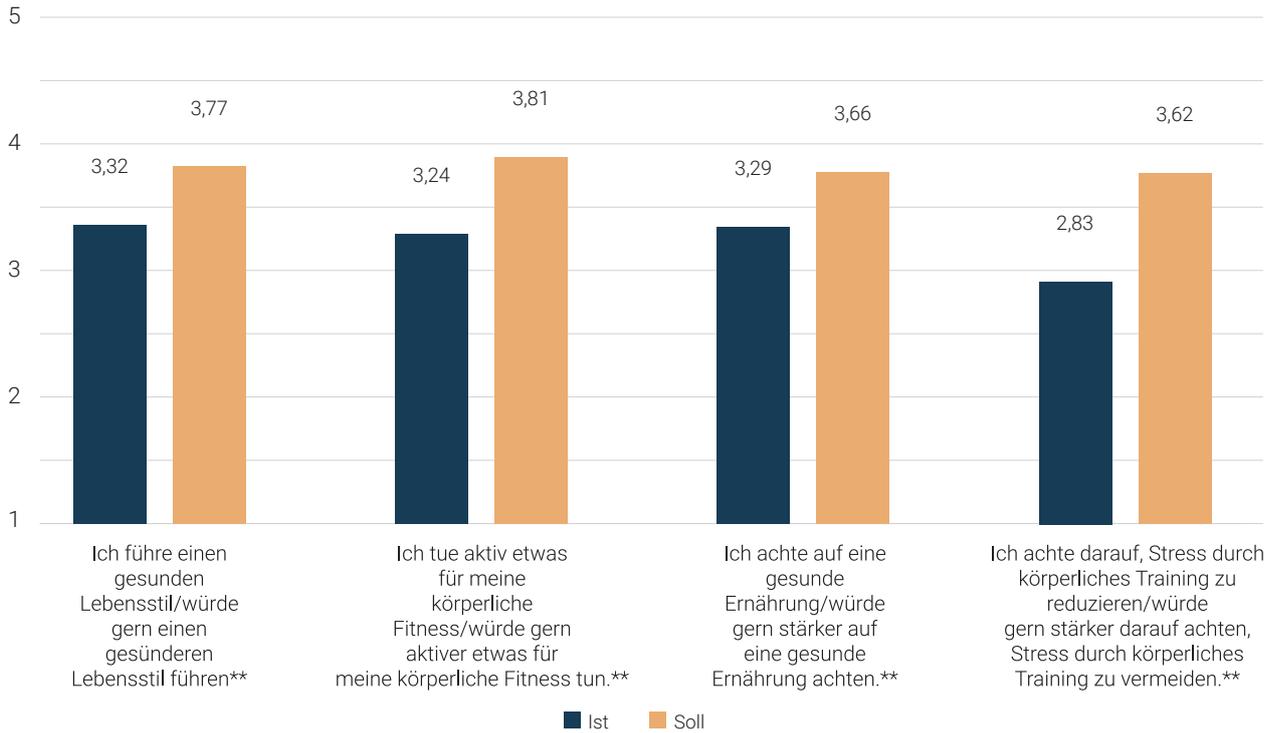
### Wahrgenommene Gesundheitskompetenz



Skala: 1 = überhaupt nicht kompetent bis 5 = sehr kompetent  
 \*\* p < 0,001

Abb. 1: Wahrgenommene Gesundheitskompetenz

### Lebensstil der Personen ohne aktive Mitgliedschaft (aktuell vs. Wunsch)



Skala: 1 = stimme überhaupt nicht zu, 5 = stimme vollkommen zu

\*\* p < 0,001

Abb. 2: Lebensstil der Personen ohne aktive Mitgliedschaft (aktuell vs. Wunsch)

### Qualifizierte Beschäftigte als Stellschraube für die Aussenwahrnehmung

Wichtig ist also, dass die Branche ihren bedeutsamen Gesundheitsauftrag glaubwürdig nach aussen kommuniziert und in den Köpfen der Zielgruppe verankert. Gut ausgebildete und qualifizierte Fachkräfte sind hier unerlässlich, um das Fremdbild der Branche ihrem Selbstbild anzugleichen. Die hohe Gesundheitskompetenz, die Mitglieder den Anlagen zuschreiben, sollte sich mit jedem Training in den Anlagen bestätigen und weiter festigen. Positives Empfehlungsverhalten trägt hier nachhaltig dazu bei, die Aussenwahrnehmung zu ändern. Eine entsprechende Kommunikationsstrategie seitens der Fitnessanlagen sollte ebenfalls den Fokus auf eine glaubwürdige Vermittlung der Gesundheitskompetenz der Anlagen legen.

Eine gelebte Werteorientierung geht weit über das Marketing hinaus. Die Mitarbeiter müssen die Werte des Unternehmens internalisieren und in der Interaktion mit den Kunden verkörpern. Der Wert Gesundheit wird hier durch gut qualifiziertes Personal verkörpert, das auf die Belange der Kunden eingeht.

### Lebensstile von Mitgliedern vs. Nichtmitgliedern

Generell zeigt sich, dass Mitglieder ihren Lebensstil in vielen Facetten signifikant gesünder einstufen als Nichtmitglieder. Daher erscheint es nachvollziehbar, dass Personen ohne aktive Mitgliedschaft ihren Lebensstil verbessern möchten. Sie wollen ihre körperliche Fitness optimieren, sich gesünder ernähren und Stress durch körperliches Training reduzieren (vgl. Abb. 2).

### Steigerung der Trainingshäufigkeit und -dauer angestrebt

Mitglieder trainieren aktuell zwei- bis dreimal (52,5 %) oder sogar mindestens viermal (24,6 %) pro Woche bei einer Trainingsdauer von insgesamt 276 Minuten. 23 Prozent trainieren maximal einmal wöchentlich. Jedes zweite Mitglied (50,6 %) würde sein wöchentliches Trainingspensum gern auf mindestens viermal pro Woche steigern.

Auch die Nichtmitglieder würden ein regelmässiges Training gern als feste Routine in ihr Leben integrieren. Dies gelingt ihnen, wie die Daten zeigen, aktuell jedoch nicht: Zwei Drittel der Nichtmitglieder trainieren aktuell maximal einmal wöchentlich (67,7 %), 25 Prozent zwei- bis dreimal. Die durchschnittliche wöchentliche Trainingszeit der Nichtmitglieder beträgt im Durchschnitt aktuell 196 Minuten, angestrebt werden 215 Minuten. Mehr als jeder Zweite möchte hierzu zwei- bis dreimal pro Woche trainieren, jeder Vierte sogar viermal oder häufiger.

Damit die Menschen ihr gewünschtes Trainingsverhalten realisieren können, ist ein aktives Zutun der Fitnessanlagen erforderlich. Die Anlagen sollten einen Beitrag leisten, um die Nichtmitglieder zu einem regelmässigen Training und insbesondere zum Durchhalten zu bewegen. Erste Trainingserfolge können als positive Verstärker genutzt werden.

Ein solcher Trainingserfolg liegt beispielsweise im subjektiv wahrgenommenen körperlichen Befinden. Unabhängig von ▶

# Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung

mit eidg.  
Fachausweis



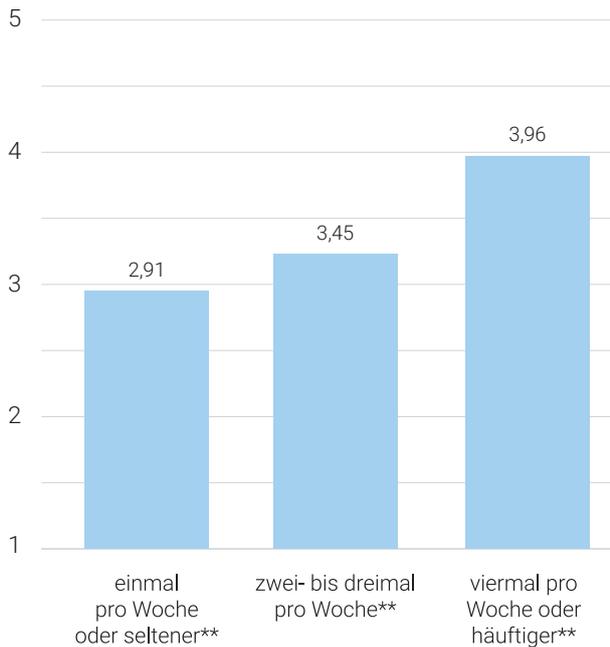
JETZT  
STARTEN

[safs.com](https://safs.com)

Infos &  
Anmeldung



### Körperliches Befinden in Abhängigkeit der Trainingshäufigkeit



Skala: 1 = sehr schlecht bis 5 = sehr gut \*\* p < 0,001  
 Abb. 3: Körperliches Befinden in Abhängigkeit der Trainingshäufigkeit

einer bestehenden Mitgliedschaft zeigt sich, dass Menschen, die häufiger trainieren, sich körperlich signifikant besser fühlen als Personen, die seltener trainieren (vgl. Abb. 3).

### Marketingempfehlungen für Fitnessanlagen

Die Ergebnisse der jüngsten Untersuchung der DHfPG, die Mitglieder mit Nichtmitgliedern vergleicht, liefern die Basis für erste Handlungsempfehlungen für die Akteure der Branche. Dass Nichtmitglieder als Mitglieder gewonnen werden können, zeigt sich daran, dass auch sie ein regelmässiges körperliches Training tendenziell als «eher erstrebenswert» einstufen (M = 3,62, Skala von 1 = überhaupt nicht erstrebenswert bis 5 = sehr erstrebenswert). Gesundheit ist für beide Gruppen von höchster Bedeutung. Insbesondere bei Nichtmitgliedern aber muss der Gesundheitsauftrag der Anlagen durch das Marketing stärker und glaubwürdig in den Köpfen verankert werden – aktuell bewegt sich die zugeschriebene Gesundheitskompetenz nur im mittleren Bereich. Bei den Mitgliedern zeigt sich, dass jeder Zweite gern mindestens viermal pro Woche trainieren möchte. Aktuell gelingt dies «nur» 24,6 Prozent. 23 Prozent der Befragten mit einer aktiven Mitgliedschaft trainieren

nur maximal einmal pro Woche. Hier besteht grosses Potenzial, diese Mitglieder zu einem regelmässigeren Training zu bewegen. Ein enormes Potenzial zeigt sich in diesem Bereich bei den Nichtmitgliedern. Mehr als drei von vier streben ein regelmässiges körperliches Training an.

Häufig bedarf es motivationaler Reize von aussen, um die Verhaltensintention in konkretes Handeln zu transferieren. Die intrinsische Motivation ist bei Nichtmitgliedern gering ausgeprägt. Gleichzeitig besteht das Streben nach einem gesünderen Lebensstil. Die Fitnessanlagen sollten durch entsprechende Kommunikationsaktivitäten unterstützend wirken, bestehende Mitglieder sollten in ihrem aktuellen Lebensstil bestärkt werden.

#### Fazit

Auch diese Untersuchung der DHfPG zeigt, wie wichtig eine fundierte Kenntnis des «Innenlebens» der jeweiligen Zielgruppe ist. Während die Fitnessbranche die Bedeutung einer Positionierung im Bereich «Gesundheit» erkannt und ihren Gesundheitsauftrag internalisiert hat, gilt es nun, die Sichtweise der Zielgruppe zu kennen. Mitglieder und Nichtmitglieder zeigen hier eine unterschiedliche Wahrnehmung der Gesundheitskompetenz der Anlagen, die vom Marketing entsprechend unterschiedlich adressiert werden sollte. Gleichzeitig liefert die Studie wertvolle Einblicke, wie die Bindung von bestehenden und die Gewinnung neuer Kundinnen und Kunden gelingen kann. Die Konsumentenverhaltensforschung erklärt das Warum und Wie des Verhaltens der Kundschaft. Nur wer die Antworten auf diese Fragen kennt, kann Erfolgspotenziale identifizieren und realisieren. Die dargestellte Studie liefert hier einen ersten wichtigen Beitrag. ■



**Prof. Dr. Sarah Kobel**  
 Prof. Dr. Sarah Kobel promovierte am Institut für Konsum- und Verhaltensforschung an der Universität des Saarlandes. Sie ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der DHfPG und leitet dort die Abteilung Wissenschaft und Forschung. Seitdem hat sie für Forschungsprojekte mehrere Marktbefragungen unter Studiobetreibern und Fitnesskunden begleitet.  
[www.dhfgp-bsa.de](http://www.dhfgp-bsa.de)

**FIBO Congress vom 13. bis 15. April 2023** – Sie möchten mehr u. a. zu den Motiven von Trainierenden und Nichttrainierenden sowie zur Rolle von Gesundheit beim Fitnesstraining erfahren, dann besuchen Sie Prof. Dr. Sarah Kobels Vortrag **«Der (potenzielle) Fitnesstreibende – verstehen, was ihn bewegt»**.

Es erwarten Sie über 80 Vorträge in sieben branchenrelevanten Themensträngen. Infos und Tickets unter: [www.fibo-congress.com](http://www.fibo-congress.com)



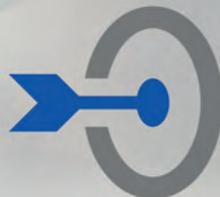
# qualitop

## WIR GARANTIEREN QUALITÄT

QUALITÄTSLABEL FÜR FITNESS- & GESUNDHEITSFÖRDERUNG



WIRKSAMES  
TRAINING



SICHERES  
TRAINING



GEPRÜFTER ANBIETER

Informationen & Anmeldung

[www.qualitop.ch](http://www.qualitop.ch) | [info@qualitop.ch](mailto:info@qualitop.ch) | +41 44 430 14 01





Kostenfreie Webinare der Deutschen Sportakademie

## Die Wirkung von Hormonen und wie sie sich durch gezieltes Training beeinflussen lässt

**Dass der Hormonzyklus die körperliche Leistungsfähigkeit beeinflusst, ist bekannt. Aber was genau steckt dahinter? Und wie lassen sich diese Schwankungen durch angepasstes Training und veränderte Gewohnheiten positiv beeinflussen? Diese Fragen beantwortet die Deutsche Sportakademie in der kostenfreien Webinarreihe «Die Wirkung von Hormonen: Erkenne & erlebe Deinen Körper!».**

In insgesamt drei Webinaren der Deutschen Sportakademie vermitteln Fachexperten spannendes Wissen über die Wirkung von Hormonen und wie sie sich durch gezieltes Training positiv beeinflussen lässt.

Im ersten Webinar dreht sich alles um den weiblichen Zyklus. Die Yoga- und Meditationslehrerin Nadine Runggaldier klärt die Teilnehmerinnen über den Einfluss des Zyklus und der Antibabypille auf die körperliche Leistungsfähigkeit auf. In ihrem Vortrag liefert sie wertvolle Tipps für ein zyklusbasiertes Training mit dem Ziel, das körperliche Wohlbefinden und die eigene Leistungsfähigkeit nachhaltig zu verbessern. Das Webinar «Female Fitness: Effektives Training nach Deinem Zyklus» findet am **01.03.2023 um 17:45 Uhr** statt.

Um das männliche Testosteron geht es im zweiten Webinar «Mehr als nur ein Muskelmacher – Testosteron natürlich steigern» am **08.03.2023 um 18 Uhr** mit Gesundheitsberater und Deutschlands bekanntestem Biohacker Andreas Breitfeld. Ganz nach dem Motto «Pump your Testo» lernen die Teilnehmer natürliche Wege zur Steigerung und Optimierung des Testosteronhaushaltes kennen – ein Booster für die körperliche Leistungsfähigkeit.

Der Fitnesscoach Marc Rohde rundet die Webinarreihe mit seinem Vortrag zu «Mental Health: Jetzt leichter Gewohnheiten ändern» ab. Er weiss, warum Neujahrsvorsätze scheitern und schult Interessierte darin, neue motivierende Routinen erfolgreich und Gewohnheiten nachhaltig zu entwickeln sowie das Frühjahr als mentalen Antrieb zu nutzen. Das Webinar mit Marc Rohde findet am **15.03.2023 um 18 Uhr** statt. ■

Weitere Informationen zur kostenfreien Webinarreihe und zur Anmeldung gibt es unter:

<https://www.deutschesportakademie.de/news/webinarreihe-deine-hormone>



Die Deutsche Sportakademie bietet berufsbegleitende Weiterbildungen und Lizenzausbildungen für Mitarbeitende in der Sport-, Fitness- und Gesundheitsbranche, sowie die duale Erstausbildung zum/zur Sport- und Fitnesskaufmann/-frau (IHK) inkl. Professional Fitnesscoach an den Standorten Berlin, Köln, Hamburg und München an.

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](mailto:freddy.mora@egym.com)  
Daniel Holsträter +41 (0) 79 360 10 13 | [daniel.holstraeter@egym.com](mailto:daniel.holstraeter@egym.com)  
EGYM | Rüssenstrasse 12 | 6340 Baar

# #BEACTIVE DAY 2022 ein voller Erfolg

**EuropeActive und seine nationalen Verbandspartner kamen am 1. Dezember 2022 auf der #BEACTIVE DAY Konferenz in Brüssel zusammen, um die Ergebnisse und erzielten Wirkungen der #BEACTIVE DAY Kampagne 2022 zu erörtern. Die letztjährige Kampagne, die den Beitrag des Fitness- und Bewegungssektors zur Europäischen Woche des Sports darstellt, war ein voller Erfolg: 3876 Veranstaltungen in 22 europäischen Ländern, 701 695 Teilnehmer, über 3,2 Millionen erreichte Personen über Social Media.**

Zu Beginn der Konferenz lobte Andreas Paulsen, CEO von EuropeActive, das Engagement der Branche für die Europäische Woche des Sports. Margaritis Schinas, Vizepräsident der Europäischen Kommission, schloss sich seinen Worten an und betonte die Wichtigkeit einer Zusammenarbeit aller Partner, um die Europäische Woche des Sports und den #BEACTIVE DAY weiter voranzutreiben: «Es sind Initiativen wie diese, die für Sport und körperliche Aktivität in ganz Europa wirklich relevant sind. Es ist Ihnen gelungen, in Ihrer #BEACTIVE DAY Kampagne den Spass mit dem gesundheitlichen Nutzen zu verbinden. Die Kommission dankt allen Beteiligten für ihre Bemühungen und für den integrativen Charakter ihrer Kampagnen, die zur Teilnahme auf unserem gesamten Kontinent ermutigten.»

Floor Van Houdt, Leiterin des Sportreferats der EU-Kommission, gab einen Überblick über die Ergebnisse der Europäischen Woche des Sports 2022, um deren Auswirkungen auf europäischer Ebene zu messen. Der Europaabgeordnete und Co-Vorsitzende der Sportgruppe des Europäischen Parlaments Tomasz Frankowski hob in einer Videobotschaft die Bedeutung europäischer Kampagnen zur Förderung der körperlichen Betätigung hervor.

EuropeActive-Vertreter und -Partner erläuterten den Zuhörern die Ergebnisse des #BEACTIVE DAY 2022 sowie die wichtigsten Höhepunkte und Erfahrungsberichte einschliesslich eines Updates zu UkraineActive, einer Organi-

sation, die unter aussergewöhnlich schwierigen Umständen arbeitet. Der #BEACTIVE DAY 2022 fand am Eröffnungstag der Europäischen Woche des Sports am 23. September statt und unterstützte die klare Botschaft der Europäischen Kommission, wie wichtig es ist, einen aktiveren und gesünderen Lebensstil für Millionen von Menschen in Europa zu fördern.

CEO Andreas Paulsen kommentierte den Erfolg: «Ich freue mich über die wachsende Teilnahme und sehr positive Wirkung der #BEACTIVE DAY Kampagne in ganz Europa und darüber hinaus. Ich möchte allen Beteiligten gratulieren und danken, insbesondere unseren geschätzten nationalen Verbandspartnern und ihren Mitgliedern. Der Schwerpunkt der diesjährigen Kampagne lag auf der Aktivierung von Frauen und Mädchen. Unser Ziel war es, dazu beizutragen, die Geschlechterdifferenz in Bezug auf körperliche Aktivität zu reduzieren und damit das starke Engagement unserer Branche aufzuzeigen, um alle Europäerinnen und Europäer – unabhängig von Geschlecht, Rasse, ethnischen Hintergrund, persönlichen Überzeugungen, Handicap, Alter oder sexueller Orientierung – zu motivieren, sich mehr und häufiger zu bewegen. Ich möchte auch der Europäischen Kommission, den Mitgliedern des Präsidialrats von EuropeActive sowie der FIBO als Sponsor für ihre wertvolle Unterstützung danken. Nur so konnte der #BEACTIVE DAY 2022 ein kontinentaler Erfolg werden.»

Für weitere Informationen zum #BEACTIVE DAY besuchen Sie bitte [www.beactiveday.eu](http://www.beactiveday.eu). ■

# KING OF MACHINES.



## KURZE LIEFERZEITEN

Wir entwickeln und produzieren Kraftgeräte mit unvergleichbarer Qualität und Haltbarkeit. Unser Headquarter samt Produktion befindet sich in Gelsenkirchen, dem Herzen des Ruhrpotts. Somit können wir deine individuellen Geräte innerhalb von 12 Wochen fertigen und ausliefern. Unsere Qualität mit 94% Produktion in Deutschland zeichnet uns aus.

## MADE IN GERMANY



[www.gym80.ch](http://www.gym80.ch)  
[info@gym80.ch](mailto:info@gym80.ch)  
tel: 044 51 50 395

# #KINGOFMACHINES

## DHfPG erneut zum Testsieger erklärt



Die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) ist in einer aktuellen Servicestudie des Nachrichtensenders ntv und des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ) ausgezeichnet worden. Im Rahmen der Studie wurden Service und Studienangebot von acht grossen privaten Hochschulen aus dem Bereich Gesundheit verglichen. Die Mitarbeitenden des DISQ führten u. a. verdeckte Telefon- und E-Mail-Tests zur Beurteilung der Servicequalität durch. Ausserdem wurden die Websites sowie der gesamte Online-Auftritt detailliert analysiert. Dabei überzeugte die DHfPG mit einem umfangreichen Studienangebot, hoher Servicequalität sowie einer professionellen Beratung. Die Hochschule erhielt abschliessend als einzige das Qualitätsurteil «sehr gut» und konnte sich somit als Testsieger durchsetzen.

[www.dhfp.de](http://www.dhfp.de)

Foto: DHfPG

## Neue Geschäftsführung bei der RSG Group



Nach dem Tod ihres CEO Rainer Schaller hat die RSG Group GmbH ihr neues Führungsteam präsentiert. Mit Hagen Wingertzahn, der seit 2016 Geschäftsleiter Deutschland ist, und Dr. Jobst Müller-Trimbusch, bereits seit 2020 Teil der Unternehmensführung, wird eine neue Doppelspitze gestellt. Die beiden Geschäftsführer haben für die Zukunft der RSG Group bereits erklärte Ziele: Priorität soll die konsequente Weiterführung der Trendsetter- und Marktführerposition haben, die sich der Konzern in über 25 Jahren aufgebaut hat. Ein weiteres zentrales Thema ist, neben dem Kerngeschäft in Europa auch die Präsenz in den USA weiter voranzutreiben. Zudem haben Wingertzahn und Müller-Trimbusch es sich zur Aufgabe gemacht, die richtige Balance zwischen der Bewahrung der Wurzeln auf der einen und der Weiterentwicklung des Unternehmens auf der anderen Seite zu finden.

[www.rsggroup.com](http://www.rsggroup.com)

Foto: RSG Group GmbH

## FIBO führt Fitness- und Gesundheitsbranche zusammen



Unter dem Motto «for a strong and healthy society» möchte die FIBO die Fusion der Fitness- und Gesundheitsbranche weiter vorantreiben. Die weltweit wichtigste Messe für Fitness, Wellness und Gesundheit erweitert im Rahmen der Ausstellung vom 13. bis 16. April 2023 in Köln ihr Angebot für medizinische Berufsgruppen. Zahlreiche Branchenbeteiligte arbeiten mit der FIBO zusammen, um den Trend von gesundheitsorientiertem Fitnesstraining weiterzuentwickeln, u. a. die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG), die BSA-Akademie, Exercise is Medicine, EuropeActive, das European Health & Fitness Forum, Verbände und Sportärzte. Ziel ist, zu zeigen, dass auch ausserhalb von Sportmedizin, Rehabilitation und Prävention die Implementierung von Bewegung in den Alltag und in die medizinische Behandlung von grosser Bedeutung für die Gesundheit ist.

[www.fibo.com](http://www.fibo.com)

Foto: Shutterstock



WE LOVE YOUR GYM



## Generierst du Wachstum mit deinem Verkaufskonzept?

Falls nicht, freuen wir uns auf deine Kontaktaufnahme für eine **persönliche, individuelle und kostenlose Erstberatung!**



✉ [info@gym-lovers.com](mailto:info@gym-lovers.com)

☎ +41 79 228 91 81

🌐 [www.gym-lovers.com](http://www.gym-lovers.com)





BSA-Akademie – Ihr Weiterbildungspartner

### Mitarbeiter jetzt nebenberuflich qualifizieren

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

09.03.2023 – 12.03.2023, Kursleiter/in Pilates, München  
 16.03.2023 – 19.03.2023, Fitnesstrainer/in-B-Lizenz, Wien  
 02.06.2023 – 04.06.2023, Berater/in für Gewichtsmanagement, München

Weitere Infos zu unseren Lehrgängen finden Sie unter:  
[www.bsa-akademie.de](http://www.bsa-akademie.de)



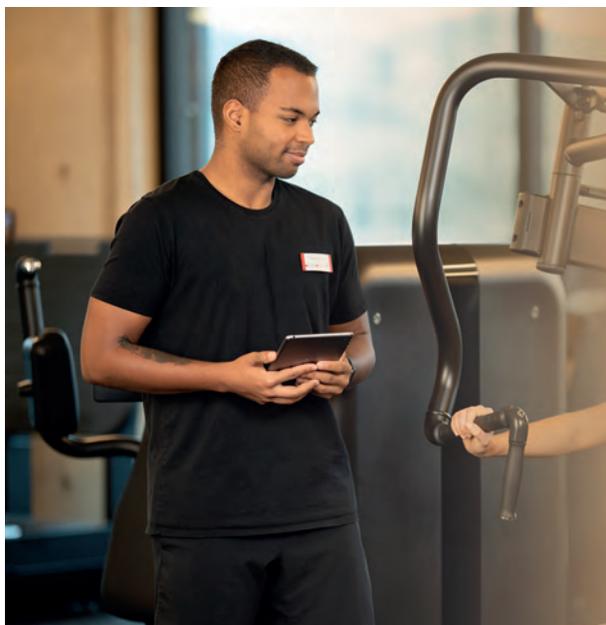
Neuer dualer Bachelor-Studiengang an der DHfPG

### B. A. Sport- und Bewegungstherapie

Die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) bietet ab dem Sommersemester 2023 den dualen Bachelor-of-Arts-Studiengang Sport- und Bewegungstherapie an, um das Tätigkeitsfeld der Bewegungsförderung zu professionalisieren und in diesem Zuge Bewegungsfachkräfte im Gesundheitssystem zu etablieren. Absolventen des Studiengangs sind qualifiziert, in der stationären und ambulanten medizinischen Rehabilitation sowie in Fitnesscentern\* sporttherapeutisch tätig zu sein und darüber hinaus abrechnungsfähige Leistungen in allen Präventionsbereichen zu erbringen. Das duale Studiensystem verbindet ein Fernstudium mit kompakten Lehrveranstaltungen (vor Ort in den Studienzentren der DACH-Region und/oder digital) und eine vergütete Tätigkeit in einem Ausbildungsbetrieb.

\*nach Erfüllung spezifischer Voraussetzungen

Weitere Infos zum Studiengang finden Sie unter:  
[www.dhfgg.de/bsbt](http://www.dhfgg.de/bsbt)



Inhalte jetzt auch auf Englisch!

### Mit der BSA-Akademie zum Fitnesstrainer

Der Lehrgang «Fitnesstrainer/in-B-Lizenz» befähigt Teilnehmende dazu, Massnahmen der Trainingssteuerung im Individualtraining inklusive der Planung eines fitnessorientierten Kraft-, Ausdauer- und Beweglichkeitstrainings durchzuführen. Darüber hinaus lernen sie, Kunden mit unterschiedlichen Trainingszielen und Leistungsvoraussetzungen kompetent und professionell zu betreuen. Um der zunehmenden Internationalität in Fitnesscentern zu begegnen, bietet die BSA-Akademie den Lehrgang ab sofort auch in englischer Sprache als «Basic Fitness Trainer» an. Die Präsenzphasen werden dabei ausschliesslich in digitaler Form absolviert.

Weitere Infos zum Lehrgang «Basic Fitness Trainer» unter:  
[www.bsa-akademie.de/fitben](http://www.bsa-akademie.de/fitben)

# Fitnesscenter zukunftsorientiert managen –

## Jetzt dual Studierende ausbilden!

### B. A. Fitnessökonomie **in Zürich**

- Fernstudium mit kompakten Lehrveranstaltungen – vor Ort und/oder digital – plus betriebliche Tätigkeit
- qualifiziert zur betriebswirtschaftlichen Führung von Fitness- und Gesundheitsunternehmen sowie zur Leitung des Trainingsbereiches inklusive des Personalmanagements
- 6 weitere duale Bachelor-Studiengänge – digital und/oder vor Ort in Deutschland



[safs.com/studium](https://safs.com/studium)

Offizieller Kooperationspartner der DHfPG:



Deutsche Hochschule  
für Prävention und Gesundheitsmanagement  
University of Applied Sciences



# Einfach tun!

**Warum die meisten Menschen sich immer wieder neue Vorsätze, Ziele, Meilensteine und Aufgaben setzen und nicht umsetzen, beschäftigt mich als Coach schon sehr sehr lange. Die meisten Probleme und Aufgaben erledigen sich, wenn man TUT! Bis heute habe ich gegen NICHT TUN keine klare Erkenntnis oder ein Rezept gefunden. In meiner Kolumne werde ich Ihnen aus meiner Erfahrung im Umgang mit Menschen (als Coach und Berater) einige Tipps geben, damit Ihnen das Tun in Zukunft leichter fällt.**



« Es bedarf nur eines Anfangs, dann erledigt sich das Übrige. »

Sallust (86 v. Chr. bis 35 v. Chr., römischer Politiker)

## Die wichtigsten Punkte gegen das Nichttun und «Aufschieberitis»

### Was hindert uns am Tun?

Warum erledige ich gewisse Aufgaben nicht? Viele Menschen blockieren sich permanent – sogar bis zur Handlungsunfähigkeit, weil sie aus irgendeinem Grund frustriert sind. Frustrationen können eine positive Einstellung in eine negative und einen produktiven Zustand in einen lähmenden verwandeln. Das Schlimmste, was passieren kann, ist, dass sie die Selbstdisziplin zerstören. Wenn die Selbstdisziplin verloren ist, dann sind auch alle Ziele, die sie anstreben, verloren. In so einem Zustand sind sie auch nicht fähig, Mitarbeiter zu führen oder andere zu motivieren. Um also dauerhaften Erfolg zu haben, müssen sie lernen, ihre Frustration zu beherrschen. Es gibt zwei Arten von Menschen: solche, die mit Frustrationen fertig geworden sind, und solche, die sich wünschen, dass es ihnen gelungen wäre.

Hier ein Zwei-Schritte-Programm, um mit Stress und Frust fertig zu werden:

**Schritt eins:** Regen Sie sich nicht über Kleinigkeiten auf

**Schritt zwei:** Denken Sie daran: Es gibt nur Kleinigkeiten!

Ich bin in meiner Tätigkeit als Coach und Berater noch nie auf unlösbare Aufgaben gestossen; sondern nur auf unerledigte!

### Störfaktoren beseitigen – Ablenkung lauert überall

Oft lassen wir uns gern von intensiv vorgetragenen Reklamationen seitens der Kundschaft oder von irgendwelchem Geplänkel von Mitarbeitenden die Zeit «stehlen». Und oft sind wir der Meinung, wir müssten die Lösung bieten können, wir müssten helfen, und verlieren so eigentlich wieder Kraft und Konzentration. Auch ein nettes Gespräch mit einer Kundin oder einem Kunden kann uns Zeit «kosten» sowie ständig ins Büro eintretende Mitarbeiter, die irgendetwas fragen. Was aber nicht sein sollte ist, dass Sie sich stören lassen wegen Routinearbeiten. Führen Sie das in Ihrem Betrieb ein: Nur Wichtiges und Dringendes sollte an Sie gelangen. Teilweise genügt dafür auch ein Schild an Ihrer Bürotür mit der Aufschrift: «Bitte nicht stören!».

### Planung

« Nichts ist besonders schwer, wenn du es in kleine Aufgaben teilst. »

Henry Ford (1863 bis 1947, US-amerikanischer Automobilpionier)

Sie sollten regelmässige Rituale einführen, z. B. jeden Morgen oder Abend die tägliche To-do-Liste erstellen. Bei der Führung von sich selbst und Ihrer Mitarbeiter ist diese Liste einer der wichtigsten Punkte. Die Planung jeder Aufgabe ist sehr wichtig und sollte immer folgende Punkte erhalten:

- Was muss erledigt werden – Aufgabe genau beschreiben, damit klar ist, was zu tun ist; immer wieder überdenken: «Muss ich diese Aufgabe erledigen oder kann das auch jemand anderes?»
- Bis wann muss eine Aufgabe erledigt werden – Termin setzen und regelmässig kontrollieren – wichtig für die Mitarbeiterführung!
- Wer muss diese Aufgaben erledigen – es sollte bei jeder Aufgabe absolut klar sein, wer zuständig ist. Falls es Aufgaben gibt, die andere Personen besser erledigen können, sollten Sie diese delegieren

Schreiben Sie hinter die unangenehmsten und häufig aufgeschobenen Aufgaben die Zeitdauer, die Sie vermutlich dafür benötigen. Dabei werden Sie ab und zu schmunzeln: Mancher zehnmal verschobene «saure Apfel» besteht nur aus einem Anruf (fünf Minuten) oder einer E-Mail (drei Minuten). Da dauert das Verschieben länger als das Erledigen!

### Prioritäten setzen

Das Wesentliche ist, sich auf Weniges zu beschränken, sich auf eine kleine Zahl von sorgfältig ausgesuchten Schwerpunkten zu konzentrieren, wenn man an Wirkung und Erfolg interessiert ist. Erstellen Sie umgehend für jeden Tag eine To-do-Liste mit klaren Prioritäten. Aufschieber neigen dazu, bei solchen Listen die leichten Arbeiten zuerst zu erledigen.

### Wie arbeite ich? – Ihre Hilfsmittel

Für welche Planungshilfsmittel Sie sich entscheiden, ist eine sehr persönliche Sache und muss nur für Sie stimmig sein. Es ergibt keinen Sinn, nur weil es im Trend ist, eine App-Lösung zu installieren, obwohl Sie der Typ sind, der immer noch gern mit einem Notizblock und Bleistift arbeitet. Die Vorteile der neuen App-basierten Methoden liegen auf der Hand und sind vor allem für die Zusammenarbeit mit mehreren Menschen, die nicht am selben Ort arbeiten, sehr hilfreich. Jedoch sollten wir beachten, dass auch mit der modernsten Technik etwas immer das Gleiche bleibt: nämlich das Tun! Entscheiden Sie sich für ein für Sie geeignetes Hilfsmittel und wechseln Sie nicht permanent.

Diverse Planungshilfsmittel:

- Notizblock
- Excel-Liste
- Organizer/Kalender/Planer
- App-Lösungen, z. B. Todoist

### Persönliche Leitsätze

Eine Methode, die ich jeden Morgen selbst anwende, ist das Durchlesen meiner persönlichen Leitsätze nach meinem täglichen autogenen Training, um sie stark zu verinnerlichen. Diese Vorgehensweise erhöht meine Motivation und beeinflusst positiv mein Unterbewusstsein.

### Die Eisenhower-Methode



Hier einige Beispiele von Leitsätzen:

- Ich habe Mut zum Neuen
- Ich arbeite mit Top-Qualität
- Ich habe eine Top-Arbeitsmoral
- Ich erledige alle meine Aufgaben

### Beginnen Sie sofort

Je schneller Sie beginnen, Ihre Aufgaben zu erledigen, umso besser geht es Ihnen persönlich und umso eher können neue Chancen genutzt werden.

«**Wer neu anfangen will, soll es sofort tun, denn eine überwundene Schwierigkeit vermeidet hundert neue.**

Konfuzius (551 v. Chr. bis 479 v. Chr., chinesischer Philosoph)

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viele erledigte Aufgaben für die Zukunft. ■

Beste Grüsse  
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](http://www.edypaul.ch)



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

## Ein paar Fragen ...

In dieser aktuellen Kolumne geht es darum, Ihnen ein paar Fragen zu stellen. Sowohl diskrete als auch indiskrete. Je unangenehmer manche Fragen vielleicht erscheinen, desto nützlicher könnten die Antworten für Sie eventuell sein. Ich hoffe, Sie können mit Ihren Antworten wertvolle Gedanken tanken.

### **Fitnessstraining**

Sind Sie damit einverstanden, dass smartes Fitnessstraining natürliche Schönheitschirurgie ist? Warum spielt die Fitnessbranche in der Gesellschaft nicht die Rolle, die sie sollte? Trainieren Sie im Gym lieber zu den Stosszeiten oder während der Randzeiten? Wieso?

Angenommen, Sie sitzen täglich im Büro. Ist es dann sinnvoll, dass Sie während des Trainings auch noch sitzen? Können Sie ohne Smartphone trainieren oder müssen Sie es auch da noch «streicheln»? Dient Ihr Trainingsoutfit als Modenschau?

### **Gleicht Ihr Fitnessstraining**

- einer lästigen Pflichtaufgabe
- einer Ego-Bestätigung
- einem sensomotorischen Erlebnis
- keinem Ausgleich zum Alltag
- keinem Beitrag zu Ihrer Gesundheit?

Falls Sie ein Training auslassen und gleichzeitig Schuldgefühle produzieren: Wie oft haben Sterbende auf dem Totenbett wohl gesagt, sie hätten rückblickend mehr trainieren sollen? Würden Sie auf einer einsamen Insel auch so viel trainieren, wie Sie das jetzt tun? Was schliessen Sie daraus?

### **Arbeit**

Erleben Sie sich bei der Arbeit mehr fremd- oder mehr selbstbestimmt? Macht Ihr Job Ihnen auch Spass oder ist er mehr Statussymbol? Gleicht Ihr Salär einer Entschädigung bzw. ist es Schmerzensgeld?

Falls ja: Könnte es sein, dass der Gipfel Ihrer Karriere, Ihnen die Sicht auf das Leben nimmt? Würden Sie sich noch ein-

mal für die Stelle bewerben, die Sie zurzeit innehaben? Falls nicht: Geht es im Leben um Bequemlichkeit oder Lebendigkeit? Wie viel Zustimmung brauchen Sie, um das zu tun, was Ihnen richtig erscheint? Wie erklären Sie sich, dass es so viele Burn-out-Patienten gibt, obwohl wir offiziell viel weniger arbeiten als noch vor 100 Jahren?

### **Partnerschaft**

Falls Sie in einer Beziehung leben: Haben Sie Ihrem Partner oder Ihrer Partnerin heute bereits gesagt, wie schön es für Sie ist, dass Sie zusammen sind? Wenn Sie glücklich verheiratet sein wollen: Tun Sie alles Mögliche, damit Sie glücklich verheiratet sind, oder gleicht Ihre Ehe einem Parkplatz oder einer Kostenstelle?

Wie gut sind Sie im Aufspüren von Mängeln beim Partner bzw. der Partnerin? Wie talentiert sind Sie im Servieren von altem Ärger? Was ist wichtiger in einer Ehe: vergessen oder vergeben? Falls Sie unglücklich in der Ehe sind: Hat Sie jemand gezwungen Ihren Partner oder Ihre Partnerin zu heiraten? Sind Sie lieber aus falschen Gründen zusammen als aus richtigen Gründen allein? Würde mehr Gelassenheit Ihrer Partnerschaft guttun?

### **Privates**

Wann sind Sie das letzte Mal bei einer Blume stehen geblieben oder auf einen Baum geklettert?\* Können Sie auf den Bus warten, ohne gleich ein «Display-Opfer» zu werden? Wie liebevoll waren Sie heute mit sich selbst? Wie hat das ausgesehen? Welchen Anteil des heutigen Tages möchten Sie nochmal erleben? Angaben in Minuten.\* Gibt es Gründe, die Sie davon abhalten, sich selbst zu lieben?\* Sind Sie gegen spontane/liebevolle/aufmerksame Begegnungen abgestumpft? Haben Sie heute auf der Strasse eine fremde Person bewusst «grundlos» angelächelt? Falls ja, wie war die Reaktion dieser Person? Was würde der Welt fehlen, wenn Sie nicht da wären? Ist Ihre Existenz ein Beitrag zur Vermehrung des Glücks auf Erden?\* Gibt es Scherben in Ihrem Leben, an denen Sie sich immer wieder verletzen? Falls ja, was hindert Sie daran, Hilfe für die Selbsthilfe zu buchen?



Nehmen wir an, Sie hätten Ihr Leben vor der Geburt testfahren können, hätten Sie es gewählt?\* Empfinden Sie Ihre Gedanken als Reichtum oder übergehen Sie diese, weil es bloss die eigenen sind? Glauben Sie, dass ein prominentes auch ein erfülltes Leben ist?

Kennen Sie mehr Netflix-Serien als einheimische Pflanzen? Können Sie mehr Influencer aufzählen als antike Philosophen? Falls Sie mehr Influencer kennen, glauben Sie, dass diese mehr über Lebenshilfe und über bedeutsame Weisheiten Bescheid wissen als die grossen Denker von früher? Wann haben Sie mehr Stress? Wenn Sie,

- Ja sagen und Ja meinen
- Ja sagen und Nein meinen
- Nein sagen und Ja meinen
- Nein sagen und Nein meinen?

Wie lange würde es dauern, bis ein Unbekannter aus der Beobachtung Ihres Lebens wissen würde, was in Ihrem Leben wirklich wichtig ist? Angenommen, Sie hätten einen Manager, der für Ihr Leben verantwortlich ist. Wie würden Sie seine Leistung beurteilen?\* An wie vielen Tagen im Jahr passiert es, dass Sie alles erledigen, was Sie sich vorgenommen haben? Was schliessen Sie daraus? Wie viel Erfolg vertragen Sie? Woraus lernen Sie mehr, aus Erfolgen oder aus Misserfolgen? Warum?

### Die Welt

Wie kommt es, dass sich die Mehrheit der Menschen für die «Guten» hält und es trotzdem so viel Unheil auf der Welt gibt? Macht es Spass, einen Abend mit Menschen zu verbringen, die davon überzeugt sind, den Sinn des Lebens gefunden zu haben?\* Was qualifiziert Spitzensportler, Produkte wie Versicherungen oder Kaffeemaschinen zu empfehlen, die nichts mit ihrem Sport zu tun haben?\* Kann man beim Nichtstun nichts tun? Ist Ihnen bewusst, dass jeder Tag mehr immer auch einen Tag weniger bedeutet?

Ist Ihnen klar, dass Sie mit dem Lesen dieser Zeilen mir Ihr Wertvollstes – Ihre Lebenszeit – geschenkt haben? Ich hoffe,

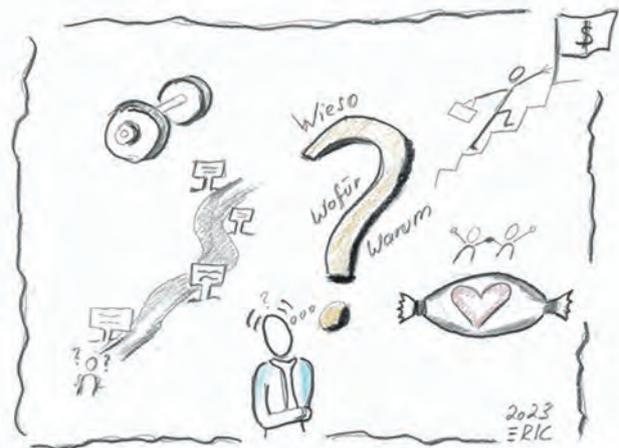
dass Sie sich mit einigen Fragen nochmals selbst interviewen. Wertvolle Antworten brauchen Zeit und viele persönliche Einsichten müssen zuerst keimen. Vor allem dann, wenn das eigene Leben wie eine Sonne leuchten soll.

\*Diese Fragen stammen aus Rolf Dobellis Büchern «Fragen an das Leben» und «Wer bin ich?».

#### Literaturliste

Dobelli, Rolf (2014). Fragen an das Leben.

Dobelli, Rolf (2007). Wer bin ich?: 777 indiskrete Fragen.



**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](mailto:eric-pi@bluewin.ch)

# Verkauf von Mitgliedschaften – das «notwendige Übel»



**Auf die Frage «Warum bist du Fitnesstrainer geworden?» antworten die meisten mit «Weil ich die Kundinnen und Kunden gern betreue und ihnen helfen will, ihre Ziele zu erreichen.» So weit, so gut. Meine zweite Frage lautet sogleich: «Und was ist die Bedingung dafür, dass du deine Mitglieder betreuen und auf ihrem Weg zum Ziel begleiten kannst?». Spannenderweise entgegen mir dann Stille und fragende, verunsicherte Blicke. Warum ist das so?**

Vorab die Antwort auf meine Frage: «Die Bedingung dafür ist der Verkauf einer Mitgliedschaft. Ohne diese kann das Mitglied nicht in deiner Fitnessanlage trainieren und somit kannst du sie oder ihn auch nicht betreuen und zum Ziel führen.» Beim Lesen dieser Antwort denkst du dir vielleicht umgehend, dass das doch klar und selbstverständlich ist. Ja, das ist es! Falls du als Studioinhaber bzw. -inhaberin oder Clubleitung diesen Artikel liest, stelle ich dir hier noch eine dritte Frage: «Was könnte in deinem Club besser laufen?». Kann es sein, dass deine Antwort lautet: «Mehr Mitglieder!»? Warum ist das so, wenn es doch so klar und selbstverständlich ist, dass der Verkauf der Mitgliedschaft die Bedingung für eine erfolgreiche Zusammenarbeit ist?

## «Der Fisch stinkt vom Kopf her» (Sprichwort)

Ich will niemandem zu nahe treten. Bevor dein Team den Verkauf von Mitgliedschaften nicht nur als Bedingung oder Selbstverständlichkeit erachtet, sondern mit Freude, Wissen und Erfolg das Ganze angeht, musst du selbst davon überzeugt sein. Du kannst von deinem Team keinen erfolgreichen Vertrieb erwarten, wenn du dieses Thema selbst nicht auf dem «Radar» hast und sie, wie oben beschrieben, nicht befähigst. Nein, es reicht in der Regel nicht, dass die Mitarbeitenden nur in ihren Ausbildungen etwas zum Thema Verkauf/Beratung lernen (ohne eine Schulungsorganisation vor den Kopf stossen zu wollen). Erfolgreiches Verkaufen basiert auf regelmässigen Training und Erfahrung. Und genau dafür bist du verantwortlich.

## Nicht jeder ist für den Verkauf geboren – aber man kann es lernen!

Wurde Carlos Alcaraz als bester Tennisspieler der Welt geboren? Wurde Bernard Arnault als reichster Mann der Welt

geboren? Mir ist bewusst, dass es Persönlichkeitstypen gibt, die sich mit dem Verkaufen leichter tun. Doch dieses «sich leichter tun» ist meiner Erfahrung nach noch lange nicht die Garantie dafür, dass sie oder er eine erfolgreiche Verkäuferin oder ein erfolgreicher Verkäufer wird. Vielmehr ist es eine Frage der Einstellung und des Wollens. Immer wieder betone ich an dieser Stelle: Wollen kommt vor Können! Wer es unbedingt will, also wer unbedingt ein erfolgreicher Verkäufer bzw. eine erfolgreiche Verkäuferin werden will, wird es auch!

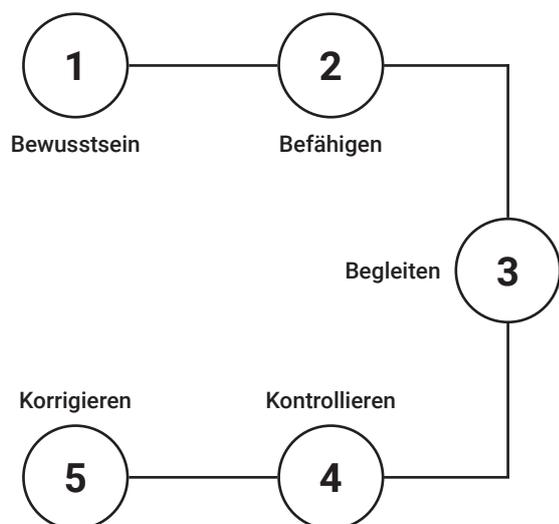
## Wie verkaufe ich erfolgreich?

Bevor ich dir diese Frage beantworte, will ich dir aufzeigen, was für mich erfolgreiches Verkaufen bedeutet. Den erfolgreichen Verkauf messe ich an der Direktabschlussquote. Diese Quote zeigt auf, wie viele Mitgliedschaften ich beim ersten Kontakt verkaufe. So gehört auch ein Walk-in in diese Quote, sofern es zu einer professionellen und vordefinierten Beratung gekommen ist. Gute Verkaufskräfte haben eine Direktabschlussquote von 70 Prozent, Top-Verkäuferinnen und -Verkäufer 80 Prozent plus. Lass mich an dieser Stelle erwähnen, dass wir es leider immer wieder erleben, dass diese Quoten nicht oder nur halbbatzig erhoben werden. Wundert es da noch jemanden, dass viele Clubbesitzende sich mehr Mitglieder wünschen?

Wichtig an dieser Stelle ist: Egal, ob du schon mit dieser Quote arbeitest oder nicht, egal, wie hoch deine aktuelle Quote über das gesamte Team ist, es zählt ab jetzt nur noch, dass du über ein solches Controlling verfügst und alles daran setzt, die Quoten zu optimieren. Wie du das schaffst?

Lass uns weiter darüber sprechen.

## Die fünf Stufen zum erfolgreichen Verkauf



Es beginnt bei dir. Du hast das **Bewusstsein**, dass der Verkauf von Mitgliedschaften die Grundbedingung ist, einen Club erfolgreich zu betreiben. Dir ist auch bewusst, dass du dafür verantwortlich bist, dass dein Team sich dessen auch im Klaren ist.

Einer der entscheidendsten Punkte ist die **Befähigung** deines Teams! Bist du selbst in der Lage, dein Team regelmässig und mit System zu schulen? Falls nicht, wie und mit wem kannst du diesen so wichtigen Punkt abdecken?

Mit **«Begleiten»** ist das Coaching deiner Mitarbeitenden gemeint. Wer läuft beim Probetraining oder Beratungsgespräch mit? Auch hier gilt: Es muss ein System etabliert werden. Zu oft erlebe ich, dass es unregelmässig und ohne Struktur im Club abläuft. Und wir alle wissen, dass dich der Alltag zu oft und zu schnell wieder in seinen Fängen hat und genau diese so wichtigen Arbeiten untergehen (das wiederum ist ein Kapitel für sich: Organisations- und Zeitmanagement).

Und da sind wir auch schon beim vierten Punkt: dem **Kontrollieren**. Sehr wichtig und oft vernachlässigt. Du wirst es nicht vermeiden können, dein Team zu kontrollieren. Es geht nicht darum, sie zu erwischen, wenn sie es «versemmeln». Es geht darum, das Team zu entwickeln, sie zu Top-Beraterinnen und -Beratern auszubilden. Das ist nur möglich, wenn du oder die entsprechende Führungsperson im Team das auch kontrolliert.

Denn besser werdet ihr nur, wenn auch ein entsprechendes **Korrigieren** erfolgt, was eben das Kontrollieren bedingt. Es ist nie böser Wille der Mitarbeitenden, den Direktabschluss nicht zu machen. Oft sind es Kleinigkeiten, die eben den Unterschied zwischen Erfolg und Misserfolg ausmachen. Und diese zu erkennen, bedingt die Stufe vier im Vorfeld.

## Die erfolgreiche Drei-Punkte-Verkaufsformel

«Mit den fünf Stufen kann ich noch immer nicht erfolgreich verkaufen. Sag mir bitte, wie ich, wie wir erfolgreich verkaufen können!» Eine berechtigte Bitte. Wir sind nun beim «Wie» und bei der Befähigung angekommen. Wir alle kennen das Sprichwort «Alle Wege führen nach Rom». Und bestimmt hast du auch im Zusammenhang mit dem Thema Verkauf schon viele Möglichkeiten, Konzepte oder Systeme kennengelernt. Falls ihr, du und dein Team, schon eine Direktabschlussquote von mindestens 70 Prozent habt, braucht ihr nichts ändern; never change a winning system! Andernfalls kann ich dir die nachfolgende Drei-Punkte-Verkaufsformel ans Herz legen:

- Begrüssung, Einleitung und Einschätzung
- Probetraining oder Clubrundgang
- Abschluss, Leadgenerierung, Inkasso

Vielleicht mag es dich erstaunen, wenn ich dir sage, dass 80 Prozent des erfolgreichen Abschlusses über Punkt eins erfolgen! Weitere 15 Prozent schaffst du beim Probetraining oder bei dem Clubrundgang. Und gerade einmal fünf Prozent des Erfolgs macht der Abschlusspunkt selbst aus. Warum ist das so? Bei den Punkten eins und zwei geht es zum einen um Vertrauensbildung und zum anderen darum, mit einem klaren Konzept und Leitfaden Fragen zu stellen, die den Interessenten durch Beantwortung bereits zum Kunden machen (fragen statt sagen!). Beim Abschluss geht es «nur» noch darum, welche Laufzeit und Mitgliedschaft die Kundin oder der Kunde wählt.

## Zum Schluss – dein Mindset

Immer wieder höre ich: «Bei mir ist es leider fast unmöglich geworden, Neukunden zu gewinnen» oder «Hier in meiner Region spielt nur der Preis eine Rolle». Meine Antwort darauf lautet: «Du hast recht. Wenn du glaubst, dass es fast unmöglich ist, Neukunden zu gewinnen oder dass in deiner Region die Kunden nur auf den Preis schauen, dann hast du recht. Du hast genauso recht, wenn du sagst, dass es dir und deinem Team leichtfällt, Neukunden zu gewinnen. Du hast genauso recht, wenn du sagst, dass die Kunden in deiner Region nicht auf den Preis achten, wenn die Qualität stimmt.» Es ist eine Frage deiner Einstellung. Und deine Einstellung beeinflusst die Einstellung deines Teams. «Esoterisch? Unrealistisch? Humbug? Oder: Stimmt! Du hast recht! Ja, es liegt an meiner Einstellung und der Einstellung des Teams!» So oder so: Du hast recht! ■



**Giusi Verre**  
Ist Dozent bei der Swiss Academy of Fitness and Sports (SAFS) und Geschäftsführer von GYM LOVERS, die Einzelstudioinhaber von A(kquise) bis Z(ielerreichung) begleiten. Nach einer erfolgreichen Bankkarriere gründete Giusi Verre im Alter von 26 Jahren sein erstes Fitnessunternehmen. Es folgten diverse Übernahmen und Eröffnungen von Clubs. So entstand mit 14 Anlagen eine der grössten Ketten der Schweiz.  
giuseppe.verre@safs.com



Zwischen Belastungen richtig erholen

# Erfolgsfaktor Regenerationsmanagement

**Nicht die Qualität und Quantität der Belastung limitiert bei vielen Trainierenden die Trainingseffektivität, sondern eine inadäquate Erholung. Deshalb ist es wichtig, die Regeneration immer im Blick zu behalten. Für die Unterstützung langfristiger Trainingserfolge lassen sich individualisierte Strategien zur Bewahrung des Gleichgewichts zwischen Belastung und Erholung verfolgen.**

Dass motivierte Sportler in ihrer Leistungsentwicklung stagnieren, ist nicht selten zu beobachten. Ursächlich ist, dass die Belastungsintensität und -häufigkeit des Trainings aufgrund zu wenig verfügbarer Regenerationskapazitäten nicht mehr kompensiert werden kann. Der Grund hierfür liegt darin, dass die Belastungen ausserhalb des sportlichen Trainings oftmals nicht oder nur unzureichend bei der Entwicklung eines Regenerationsmanagements berücksichtigt werden.

## **Belastung und Erholung aufeinander abstimmen**

Nur wenn Belastung und Erholung richtig einander angepasst sind, kann die Leistungsfähigkeit durch Training optimal gesteigert werden. Wird diese optimale Relation von Training und Regeneration nicht eingehalten, kommt es zur Überlagerung der

Ermüdungsprozesse. Die Folge sind negative Auswirkungen auf die sportliche Leistungsfähigkeit bis hin zu ernstzunehmenden gesundheitlichen Beeinträchtigungen, sofern dieser Prozess der fortschreitenden Ermüdung nicht rechtzeitig vom Trainer identifiziert und ausgeglichen wird (Meeusen et al., 2013).

## **Das richtige Regenerationsmanagement**

Ein gegensätzliches Bild zeichnet eine Verbesserung der Regeneration oder eine Anpassung der Belastungsreize an die verfügbare Regenerationskapazität. Diese Massnahmen könnten zu einer Optimierung der Trainingsadaptation führen. Aus diesem Grund stellt die Analyse der individuellen Rahmenbedingungen, der Trainingsbelastungen sowie der potenziellen Erholungsmöglichkeiten einen wichtigen Faktor der Trainingsplanung dar (Crowther, Sealey, Crowe, Edwards & Halson, 2017).

Durch eine individualisierte Steuerung von Belastung und Erholung gewährleistet ein gutes Regenerationsmanagement, dass der Regenerationsbedarf die verfügbare Regenerationskapazität niemals überschreitet. So lassen sich optimale Leistungsvoraussetzungen schaffen. Dabei müssen sowohl physische als auch psychische Belastungen aus Training und Alltag berücksichtigt werden.

Bei der Erstellung eines Regenerationsmanagements sind folgende Punkte zu beachten:

- Welche Qualität und Quantität besitzen die Belastungsreize durch sportliches Training?
- Wie hoch sind Qualität und Quantität der verfügbaren Regenerationszeit?
- Welcher Qualität und Quantität sind sonstige Beanspruchungen aus Beruf und Alltag, die die Regeneration des Sportlers zusätzlich beeinflussen?
- Welche Massnahmen wären zur Verbesserung der Regenerationsqualität denkbar und wie lassen sich diese sinnvoll in die Trainingsplanung integrieren?

### Wie die Regeneration beeinflussen?

Grundsätzlich ist also ein umfassendes Regenerationsmanagement anzustreben: Es sollte sämtliche Einflussgrößen auf die Ermüdung und Erholung inner- und ausserhalb des Trainings berücksichtigen. Die Regeneration nach Belastungen ist allerdings ein komplexer Prozess, während welchem viele Vorgänge parallel ablaufen:

- Auffüllen der Flüssigkeitsdefizite
- Auffüllen der Elektrolytverluste für eine rasche Rehydrierung
- Regeneration der Muskelglykogenspeicher
- Reparatur des geschädigten Muskelgewebes (Proteinbedarf)
- Initiierung von Trainingsadaptationen

u. v. a. m. (Tomasits & Haber, 2016, S. 166).

Die einflussreichsten Parameter zur Beeinflussung dieser Vorgänge sind Ernährung, Flüssigkeitszufuhr und Schlaf. In der Praxis wird diesen drei Grundlagen der Regeneration allerdings oft nur unzureichend Beachtung geschenkt. Für ein effektives Regenerationsmanagement sollten dementsprechend die Optimierung von Schlafqualität und -dauer sowie von Flüssigkeits-, Energie-, Mikronährstoff- und Proteinzufuhr an erster Stelle stehen.

Bestimmte regenerationsfördernde Massnahmen, wie u. a. Entspannungsstrategien, Stressmanagement, Massagegeräte, Hitze- oder Kälteapplikation sowie spezielle Nahrungsergänzungsmittel können implementiert werden, sobald die oben genannten Punkte perfektioniert sind. Im Mittelpunkt der regenerationsfördernden Massnahmen sollte dabei die aktive Erholung stehen. Solange jedoch die Grundlagen der Regeneration unbeachtet bleiben, werden ergänzende Massnahmen keine nennenswerten Erfolge liefern.

### Belastung und Erholung im Blick behalten

Die Anwendung von Methoden, mit deren Hilfe der Erholungszustand und damit die Belastbarkeit von Athletinnen und Athleten überwacht werden kann, wird als Monitoring bezeichnet. Die darüber generierten Informationen ermöglichen es, die Belastungsgestaltung an den aktuellen physischen und psychischen Zustand des Athleten bzw. der Athletin anzupassen (Pind & Mäestu, 2018).

Pauschale Empfehlungen für die Regenerationsplanung lassen sich nicht aussprechen, da die Regenerationsdauer nicht

nur von der Art, Intensität und dem Umfang der Belastung, sondern auch vom Ausgangszustand und der individuellen Regenerationsfähigkeit des Athleten abhängt. Aus diesem Grund sind angepasste Monitoring-Strategien nützlich, um den individuellen Regenerationsstatus zu überwachen und im Bedarfsfall kurzfristige Modifikationen des Trainings vornehmen zu können.

Werkzeuge und Strategien des Monitorings sollten sowohl physische als auch psychische Parameter erfassen (McGuigan, 2017).

Die Belastungsintensitäten und -umfänge, die Herzfrequenzvariabilität und die Wettkampfleistung sind beispielsweise geeignete Parameter zur Überwachung des physischen Zustands. Der psychische Zustand kann zum Beispiel mit dem Erholungs-Belastungs-Fragebogen für Sportler (EBFSPO) erfasst werden (Kehlmann & Kallus, 2000; Stults-Kolehmainen & Sinha, 2014).

### Fazit

Die Belastungssteuerung sollte immer hinsichtlich der individuellen Regenerationskapazität ausgerichtet werden. Andernfalls bewirkt das Training keine Leistungssteigerung, sondern kann langfristig sogar zur Schädigung des Organismus führen. Die Vielseitigkeit der einflussnehmenden Faktoren auf das Gleichgewicht zwischen Belastung und Erholung verdeutlicht die Notwendigkeit, dass Trainerinnen und Trainer nicht nur in der Trainingslehre, sondern auch in anderen Bereichen wie Ernährung, Entspannung und Psychologie grundlegende Kenntnisse erwerben sollten. Ein individualisiertes Regenerationsmanagement stellt somit die Grundlage effektiver Trainingsplanung dar. Denn nur wer ausreichend regeneriert, wird letztendlich auch adaptieren. ■



#### Karsten Hübner

Karsten Hübner ist langjähriger Dozent, Autor und Entwickler bei der Swiss Academy of Fitness & Sports (SAFS), hat Sport sowie Mathematik studiert und ist Fitness Instruktor mit eidg. FA der ersten Stunde. Als Personal Trainer betreut er Kunden aus dem Gesundheits- wie auch aus dem Leistungssport in den Bereichen Training, Ernährung und Aufmerksamkeit. [www.safs.com](http://www.safs.com)

#### Auszug aus der Literaturliste

Crowther, F., Sealey, R., Crowe, M., Edwards, A. & Halson, S. (2017). Influence of recovery strategies upon performance and perceptions following fatiguing exercise: a randomized controlled trial. *BMC sports science, medicine & rehabilitation*, 9, 25.

McGuigan, M. (2017). *Monitoring Training and Performance in Athletes*. Champaign, IL: Human Kinetics.

Meeusen, R., Duclos, M., Foster, C., Fry, A., Gleeson, M., Nieman, D. et al. (2013). Prevention, diagnosis, and treatment of the overtraining syndrome: joint consensus statement of the European College of Sport Science and the American College of Sports Medicine. *Medicine and science in sports and exercise*, 45 (1), 186–205.

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte [marketing@dhfpg-bsa.de](mailto:marketing@dhfpg-bsa.de).

Ernährungsstrategie intermittierendes Fasten

# Viel mehr als nur ein Trend

**Seit einiger Zeit ist das intermittierende Fasten eine beliebte und Erfolg versprechende Ernährungsstrategie, deren Popularität stetig zunimmt. Viele sind sich jedoch unsicher, wie sie angewendet und durchgeführt werden kann. Auch zu den Vor- und Nachteilen herrscht oftmals Unklarheit. Im nachfolgenden Artikel soll über die praktische Umsetzung von Fastenstrategien aufgeklärt werden.**

Das intermittierende Fasten (kurz: IF; Synonyme: Intervallfasten, Intermittent Fasting) erfreut sich seit geraumer Zeit grösserer Bekanntheit und Beliebtheit. Viele Aussagen bezüglich gesundheitlicher Vorteile und positive Erfahrungsberichte verbreiten sich rasch. Über die verschiedenen Vorgehensweisen wird intensiv diskutiert, wobei die 16:8-Variante wohl als berühmteste gelten kann.

## **Intermittierendes Fasten – Was ist das eigentlich?**

Das IF zeichnet sich dadurch aus, dass die Nahrungsaufnahme in zwei Phasen aufgeteilt wird. In der Fastenphase wird keine Nahrung zugeführt. Energiefreie Flüssigkeiten wie z. B. Wasser, Kaffee oder ungesüsster Tee dürfen allerdings

konsumiert werden. In der zweiten Phase kann «normal» gegessen und getrunken werden. Beispielsweise fastet man bei der 16:8-Diät 16 Stunden am Stück, woraufhin in den nachfolgenden acht Stunden Nahrung aufgenommen wird. Ob man mit intermittierendem Fasten Gewicht reduziert oder erhöht, hängt massgeblich von der Energiezufuhr ab. Aufgrund der eingeschränkten Zeit für die Nahrungsaufnahme fällt es vielen deutlich leichter, ein Kaloriendefizit zu erreichen.

## **Eine beliebte Variante: Die 16:8-Diät**

Dass bei genauem Planen der Fastenphase nur eine Hauptmahlzeit entfällt, ist einer der grossen Vorteile dieser Form des intermittierenden Fastens. Beispielsweise kann das Fasten von 20 Uhr bis 12 Uhr dauern und somit die Person von 12 Uhr bis 20 Uhr Nahrung zuführen. Für viele fällt dadurch zum Beispiel nur das Frühstück aus und das Mittag- sowie Abendessen können wie gewohnt verzehrt werden. Zu beachten ist jedoch, dass in diesem Zeitfenster von acht Stunden nicht vermehrt Energie zugeführt werden darf. Ansonsten käme es zu einem Ausgleich des Energiedefizits, das durch das Weglassen einer Mahlzeit erreicht wurde.

Es gibt allerdings bestimmte Personengruppen, für die sich das Einhalten fester Fastenzeiten als oftmals schwierig darstellt, so u. a. Schichtarbeiter. Sie müssten z. B. mit ihrem Schichtwechsel auch die Fastenphase anpassen. Eine Alter-

Fotos: Natalia Klenova – stock.adobe.com | SAFS



native zur 16:8-Diät ist das Fasten an einem ganzen Tag in der Woche. Somit wird an sechs Tagen «normal» gegessen und an einem Tag komplett gefastet.

### Intermittierendes Fasten bietet einige Vorteile

IF hat einen positiven Effekt auf die Blutfettwerte und unterstützt die Prävention von Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Jedoch stellt sich die Frage, ob diese Effekte auf das intermittierende Fasten oder auf die dadurch erzielte Gewichtsreduktion zurückzuführen sind (Malinowski et al., 2019).

Hinzu kommt, dass sich das intermittierende Fasten mit anderen Ernährungsformen kombinieren lässt. Zum Beispiel ist eine vegane, Paleo- oder auch Low-Carb-Ernährung in das intermittierende Fasten integrierbar. Somit können die Vorteile der gewählten Ernährungsweise und die Vorzüge des intermittierenden Fastens kombiniert werden, um bessere Erfolge zu erzielen.

### Die Nachteile des intermittierenden Fastens

Zu den Nachteilen ist zu zählen, dass das IF eine relativ hohe Abbruchquote von bis zu 38 Prozent aufweist (Trepanowski et al., 2017). Weiterhin konnte gezeigt werden, dass bei Gesunden alle gesundheitsbezogenen Parameter (z. B. Blutfettwerte, Blutglukosespiegel), die sich während des Fastens verbessert haben, nach dem Ende der Diät zurück auf ihre Ausgangslage fielen (Richter, 2017).

Aus diesen Punkten resultiert, dass es von grosser Bedeutung ist, dass Ernährungsberater ihre Klientinnen und Klienten kontinuierlich und intensiv betreuen. Nur so lassen sich potenzielle Nachteile ausschliessen.

## Fazit

Wie jede andere Ernährungsstrategie auch, birgt das intermittierende Fasten sowohl Vor- als auch Nachteile. Dementsprechend sollte die Gestaltung des intermittierenden Fastens immer an die individuellen Bedürfnisse und zeitlichen Rahmenbedingungen angepasst werden, um Effektivität zu gewährleisten und die Abbruchwahrscheinlichkeit zu minimieren. Durch eine nachhaltige und intensive Betreuung des Klienten können mit dem intermittierenden Fasten, vor allem auch durch eine sinnvolle Kombination mit einer anderen Ernährungsform, signifikante Erfolge erzielt werden. ■



**Robert Winzenried**

Robert Winzenried ist Leiter Andragogik sowie langjähriger Dozent, Autor und Entwickler von Lehrmaterialien bei der Swiss Academy of Fitness & Sports (SAFS). Seit 1986 begleitet er als Trainer für körperliche und mentale Fitness Menschen auf dem Weg zu einem gesunden und positiven Lebensstil.

[www.safs.com](http://www.safs.com)

### Auszug aus der Literaturliste

Malinowski, B., Zalewska, K., Węsierska, A., Sokołowska, M. M., Socha, M., Liczner, G. et al. (2019). Intermittent Fasting in Cardiovascular Disorders – An Overview. *Nutrients*, 11 (3), 673.

Richter, M. (2017). Fasten im Ramadan. *Ernährungsumschau*, 5, 17–22.

Trepanowski, J. F., Kroeger, C. M., Barnosky, A., Klempel, M. C., Bhutani, S., Hoddy, K. K. et al. (2017). Effect of Alternate-Day Fasting on Weight Loss, Weight Maintenance, and Cardioprotection Among Metabolically Healthy Obese Adults: A Randomized Clinical Trial. *JAMA internal medicine*, 177 (7), 930–938.

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte [marketing@dhsfg-bsa.de](mailto:marketing@dhsfg-bsa.de).



Zusammen noch stärker werden

# Teamentwicklung und gelingendes Erfolgsmanagement

**Der wahre Charakter eines Teams zeigt sich in sportlichen wie wirtschaftlichen Krisensituationen. Dieser Artikel zeigt Ihnen, wie man als Team gemeinsam den Blick nach vorne richtet und auch als Führungskraft nach einer Krise die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft stellt.**



Verantwortliche Führungspersönlichkeiten sowohl im Mannschaftssport als auch in der Unternehmenswelt legen durch ihre Vision, ihre Teamzusammenstellung und ihren persönlichen Führungsstil wichtige Grundsteine für eine erfolgreiche Zusammenarbeit (Müller-Reinhardt, 2020; Schumann, 2019). Gleichzeitig braucht es vonseiten der einzelnen Teammitglieder auch immer Selbstständigkeit, Eigenverantwortung sowie ein hohes Mass an Leistungsbereitschaft, intrinsischer Motivation und Überzeugung (Mayer, 2018). In diesem Zusammenhang ist wichtig zu wissen: Erfolgreich sein zu wollen, ist zuallererst immer eine Frage der richtigen Einstellung. Echte Siegertypen sind von ihren Zielen überzeugt und lassen sich auch von Rückschlägen oder herausfordernden Situationen nicht verunsichern. Sie wollen weiterkommen, sie denken positiv und blicken nach vorn.

### Erfolg als Ergebnis harter Arbeit

Was zwar simpel klingt, ist in der sportlichen und wirtschaftlichen Praxis oftmals eine grosse Herausforderung: Erfolg ist keinesfalls ein Selbstläufer, sondern immer das Ergebnis harter Arbeit, ständiger Reflexion und konsequenter Weiterentwicklung.

### Corona-Krise stellt Teams auf den Prüfstand

Ob ein Team die nötige Resilienz und den Teamgeist besitzt, um eine kritische Situation zu bewältigen, zeigt sich besonders in Krisenzeiten, wenn Erfolge ausbleiben und externer Druck, Unsicherheiten und Rückschläge die Zusammenarbeit zunehmend belasten.

Die Begleitumstände der Corona-Pandemie haben von heute auf morgen gesamtgesellschaftlich vieles auf den Kopf gestellt. Für Führungskräfte bringt dies branchenübergreifend neue Probleme mit sich. Die harten Lockdowns haben allen Beteiligten in den vergangenen Jahren sehr viel abverlangt: Im Sport wie in der Unternehmenswelt wurden gleichermassen etablierte Konzepte infrage gestellt, was gerade zu Beginn der Pandemie vielerorts zu grosser Unsicherheit sowie zu Organisations-, Koordinations- und teilweise auch zu Motivationsproblemen (akute Sinnfrage, fehlende Zielorientierung usw.) geführt hat.

### Das neue Wir-Gefühl aufrechterhalten

Viele Teams haben nach dem ersten Schockmoment getreu dem Motto «The best never rest» auf diese veränderten Rahmenbedingungen zeitnah und konstruktiv reagiert. Mit Hochdruck, Engagement und auch mit einer grossen Portion Kreativität haben sie dafür gesorgt, dass diese Hürden gemeistert wurden. Durch die Bewältigung dieser schwierigen Phase ist in vielen Teams ein neues Gemeinschaftsgefühl entstanden und die Beteiligten sind durch die Krise noch enger zusammengerückt.

Nun gilt es, diesen positiven Innovationsgeist langfristig zu konservieren. Doch wie kann dieser Schritt gelingen?

### Die richtige Erfolgsformel ist der Schlüssel

Um aus den Ereignissen der letzten schwierigen Jahre die

richtigen Schlüsse zu ziehen und die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft zu stellen, ist gerade jetzt eine mitarbeiterorientierte und situative Führung wichtig.

Die folgenden Ansätze können Sie dabei unterstützen, hier die passenden Schwerpunkte und Impulse zu setzen.



#### Geteilte Visionen für neue Ziele

Eine klare und inspirierende Vision dient einem Team immer als zentrale Orientierung. Mit dieser muss sich jedes einzelne Teammitglied identifizieren können. Daraus werden dann möglichst eindeutige und motivierende SMARTe Ziele (SMART = spezifisch, messbar, attraktiv, realistisch und terminiert) abgeleitet, die – insbesondere in Krisenzeiten – gemeinsam (weiter-)verfolgt werden. Klare Ziele und damit die Sinnhaftigkeit des eigenen Tuns sind für die Zielerreichung und den Erfolg von elementarer Bedeutung. Nur so kann jedes einzelne Glied der Kette seine Aufgaben auch optimal und zuverlässig erfüllen und seinen aktiven Beitrag zum Ganzen leisten.

**Aber Achtung:** Aufgrund neuer Entwicklungen, wie beispielsweise der Corona-Krise, ändern sich auch häufig die Ziele. Deshalb gilt es, diese kontinuierlich und aufmerksam zu reflektieren und bei Bedarf auch neu auszurichten.



#### Verantwortung, Transparenz und Struktur

Eine klare Hierarchie und eine ergebnisorientierte Zusammenarbeit prägen sowohl erfolgreiche Teams als auch Unternehmen. Nur durch klare Strukturen und transparente Prozesse kann man langfristig produktiv und erfolgreich zusammenarbeiten.



#### Teamgeist und Zusammenhalt

In vielen dynamischen Umfeldern herrschen aktuell hoher externer Erwartungsdruck, viele Unsicherheiten und täglicher Stress vor. Insbesondere an dieser Stelle ist der respektvolle, aufmerksame und rücksichtsvolle Umgang miteinander so wichtig wie noch nie. Vieles ist nach der Krise im Wandel. Das «New Normal» bringt wachsende Herausforderungen mit sich, die es im Rahmen des Change-Managements gemeinsam zu lösen gilt. Um diesen Schritt zu meistern, braucht es vor allem Fingerspitzengefühl und Kommunikationstalent.



#### Optimismus und Motivation

Für Führungspersönlichkeiten ist es besonders nach Rückschlägen und Niederlagen wichtig, schnell zur Motivation zurückzufinden, neue Chancen aufzuzeigen und gemeinsam mit dem Team den Blick nach vorn zu richten. Und dafür braucht es zuallererst Führungspersönlichkeiten, die Verantwortung übernehmen, vorangehen, ihre Teammitglieder motivieren und mitziehen.



#### Innovationsbereitschaft und Courage

Ein konstruktives Umfeld, in dem ein offener, ehrlicher und auch kritisch-helfender Meinungs- ▶



austausch jederzeit möglich ist, lässt sich ausschliesslich durch eine gelebte Innovationskultur des ständigen Lernens und Weiterentwickelns schaffen. Nur so kann sich das Team gemeinsam weiterentwickeln und über sich selbst hinauswachsen. Und genau dieses Arbeitsumfeld braucht es aktuell, denn Veränderungen und Umbrüche bringen immer auch Ängste, Vorbehalte und Verunsicherungen mit sich. Umso wichtiger ist es, gerade jetzt als Führungskraft Sicherheit und Vertrauen auszustrahlen und das Team durch einen positiven Innovationsgeist aus der Krise in eine erfolgreiche Zukunft zu führen.

### Erfolgreiche Umsetzung mit Tipps aus der Praxis

Fredmund Maliks Grundsätze einer erfolgreichen Führung (Malik, 2019; Schmidt & van Recum, 2018) bilden eine Grundlage, anhand derer sich für die Managementpraxis folgende weitere nützliche Praxistipps ableiten lassen:

- ✓ Führen Sie Ihr Team mit SMARTen Zielen aus der Krise und sorgen Sie mit diesem einfachen Führungsinstrument für neue, motivierende Impulse und eine zeitgemässe Resultatsorientierung.
- ✓ Ein funktionierendes Team ist weit mehr als nur die numerische Summe seiner Mitglieder: Befähigen und motivieren Sie in Ihrer täglichen Führungsarbeit deshalb jedes einzelne Teammitglied immer wieder dazu, sich und seine Ideen in das Unternehmen miteinzubringen und gemeinsam an der Zukunft des Unternehmens zu arbeiten.
- ✓ Die aktuellen Herausforderungen sind gross: Konzentrieren Sie sich deshalb auf Weniges, aber dafür auf das Wesentliche und arbeiten Sie an den zentralen «Zukunftsbaustellen» Ihres Unternehmens.
- ✓ Setzen Sie die individuellen Stärken und das Know-how Ihrer Mitarbeitenden für die anstehenden Innovationsprozesse sowie die Weiterentwicklung Ihres Centers bestmöglich ein und schaffen Sie so neue Mehrwerte und Synergien, die Sie gemeinsam weiterbringen.
- ✓ Vertrauen Sie Ihrem Team und geben Sie ihm auch den nötigen Frei- bzw. Spielraum, damit sie ihre eigenen Talente, konstruktiven Ideen und Vorschläge einbringen können.
- ✓ Beziehen Sie Ihr Team bei der weiteren Umsetzung in relevante Entscheidungsprozesse mit ein und sorgen Sie abteilungsübergreifend für eine transparente Information und eine Kommunikation auf Augenhöhe.

- ✓ Arbeiten Sie nicht nur mit der Unternehmensvision und konkreten Endergebnissen, sondern setzen Sie auf «greifbare Etappenziele». Zeigen Sie gemeinsame Teilerfolge konsequent auf, wertschätzen Sie diese entsprechend und halten Sie dadurch die Motivation und den Innovationsgeist Ihres Teams konstant hoch.
- ✓ Gehen Sie mit etwaigen Rückschlägen konstruktiv um und lernen Sie gemeinsam aus diesen Fehlern, denn schon Albert Einstein wusste: «Wer noch nie einen Fehler gemacht hat, hat noch nie etwas Neues probiert.» Wichtig ist nur, dass Sie denselben Fehler nicht zweimal machen!

### Fazit

Philip Rosenthals Zitat: «Wer aufhört, besser zu werden, hat aufgehört, gut zu sein» fasst treffend zusammen, warum Sie fokussiert und erfolgshungrig bleiben und sich auch von Rückschlägen nicht verunsichern lassen sollten – egal, ob als Sportler oder Fitness- und Gesundheitsunternehmer. Nur wenn Sie als Team täglich daran arbeiten, um auf Ihrem Gebiet noch besser zu werden, können Sie den wachsenden Herausforderungen in der Praxis auch gerecht werden. ■



**Prof. Dr. Karsten Schumann**

Der Sportwissenschaftler Prof. Dr. Karsten Schumann arbeitete als wissenschaftlicher Mitarbeiter für den Deutschen Fussball-Bund und für den FC Bayern München. Er ist ausserdem Dozent an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement.

[www.dhfgp-bsa.de](http://www.dhfgp-bsa.de)

### Auszug aus der Literaturliste

- Mayer, J. (2018). Wenn's drauf ankommt. Schnell Denken – maximale Leistung abrufen – Stresssituationen meistern (2. Aufl.). München: Ariston.
- Malik, F. (2019). Führen, Leisten, Leben. Wirksames Management für eine neue Welt. Frankfurt am Main: Campus.
- Müller-Reinhardt, I. (2020). Mensch Trainer: Die Erfolgsstrategien der Fussballoaches – und was wir von ihnen lernen können. München: Riva.
- Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte [marketing@dhfgp-bsa.de](mailto:marketing@dhfgp-bsa.de).

# MACH DAS JETZT

## DAS FIGUR-ERFOLGSKONZEPT

### MAXIMALES NEUKUNDENGESCHÄFT AB OSTERN!

#### Die Kampagne zur Figur-Saison 2023

- Werbemittelpaket inkl. Weiterempfehlungsmechanik
- Coaching-Portal [www.mach-das.jetzt](http://www.mach-das.jetzt) mit Videos, Live-Webinaren und den besten Tipps von Patric Heizmann und Nina Beste u.v.m.
- Online-Lead-Kampagne
- Online-Tools für Social Media
- Teamschulung
- Begleitung durch deinen persönlichen Berater, Sales- und Online-Expert:innen ... und vielem mehr!

**3 Monate** – auf Wunsch mit **Lead-Garantie!**



**DEIN WACHSTUM  
IM FRÜHJAHR 2023**

**SICHER DIR JETZT  
DEINEN STANDORT**  
[www.aciso.com/machdasjetzt](http://www.aciso.com/machdasjetzt)



**BUSINESSCHANGER-KONTAKT:**  
☎ 043 488 04 90 ✉ [ariane.egli@aciso.com](mailto:ariane.egli@aciso.com)



Mehr Möglichkeiten mit hybriden Kursplänen

# Digitale und Vor-Ort-Angebote optimal verbinden

**Angestossen durch die weitreichenden Beschränkungen im Rahmen der Corona-Pandemie, haben sich Online-Kurse im Gruppentrainingsbereich mittlerweile etabliert. Unterschieden wird dabei zwischen Livestreams und Aufzeichnungen. Dieser Artikel zeigt auf, was bei der Implementierung dieser unterschiedlichen Formate zu beachten ist, wie diese zukünftig weiter genutzt werden und somit bestehende Kurspläne ergänzen können.**

Bereits seit den späten 1980er-Jahren spielt Gruppentraining in vielen Fitnesscentern eine Rolle. Die Zahlen aus dem Jahr 2020 zeigen eindeutig, welche Bedeutung dem Kursangebot mittlerweile zukommt: Sogar im besonders schweren Jahr 2021 ist der prozentuale Anteil der Fitnessunternehmen, die Kurse anbieten, im Vergleich zum Vorjahr gestiegen (DSSV, 2021). Bei einer Umfrage der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (2021) gaben 18 Prozent der befragten Endverbraucher an, dass sie dauerhaft ein digitales Trainingsangebot von ihrem Fitnesscenter erwarten.

Für knapp die Hälfte der Befragten ist der persönliche Kontakt zu der Kursleitung so bedeutend, dass es für Unternehmen zielführend ist, selbst digitale Angebote mit den eigenen Trainern zu erstellen und diese entsprechend ihren Mitgliedern verfügbar zu machen. Für Unternehmen wird es also höchste Zeit, sich mit der Thematik «Hybrider Kursplan» auseinanderzusetzen.

## **Vorteile von Gruppentrainingsangeboten vor Ort**

Grundsätzlich verfolgt Gruppentraining die gleichen Ziele wie

das Kraft-, Ausdauer- oder Beweglichkeitstraining auf der Fläche. Darüber hinaus kann das Trainieren in der Gruppe die Motivation fördern: Die Kommunikation, der Spass an Bewegung mit Musik und das Wissen um eine kompetente fachliche Betreuung durch die Gruppenleitung motivieren die Mitglieder, den Kursbereich im Center zu nutzen (Sofija, Plugge, Wiseman & Harris, 2018). Die vielfältigen Vorteile sowohl für die Kundschaft als auch für den Fitnessbetrieb werden in den letzten Jahren immer mehr erkannt: Kursteilnehmende kommen meist regelmässig zum Training (zu «ihrem» Kurs), erreichen dadurch ihre Ziele, knüpfen Freundschaften und bauen eine Bindung zur Gruppe, zur Kursleitung und damit zum Unternehmen auf.

Diese Vorteile des Gruppentrainings lassen sich anhand von Online-Kursen gezielt erweitern: Durch das digitale Angebot werden mehr Mitglieder erreicht, da die Kurse im privaten Umfeld durchgeführt werden können. Besonders neuen Teilnehmenden wird der Einstieg erleichtert, da die Kurse zunächst im häuslichen Umfeld getestet werden können. Vor allem während der Lockdowns haben einige langjährige Mitglieder, die bisher «nur» an den Geräten trainiert haben, die Inhalte der Kurse kennengelernt und sind jetzt «Stammkunden» im Gruppentrainingsbereich.

### **Digitale Kurse: lieber live oder «aus der Konserve»?**

Im Bereich der Online-Kurse können sich Unternehmen entweder für die Umsetzung von Livestreams oder für aufgezeichnete Formate (= on demand) entscheiden. Livestreams haben den Vorteil, dass sie die aktive Interaktion zwischen den Beteiligten ermöglichen und dadurch abwechslungsreicher und individueller gestaltet werden können. Ausserdem verleiten die verbindlichen Livestream-Termine zur regelmässigen Teilnahme und stärken damit die Kundenbindung. Nachteilig an festgelegten Terminen ist jedoch der höhere organisatorische und monetäre Aufwand, der unter anderem aus dem ständigen Personaleinsatz sowie der regelmässigen Kursraumnutzung resultiert. Diesen Nachteil kann der Betrieb durch die aufgezeichnete On-Demand-Lösung umgehen. Hier werden Ressourcen nur einmalig beansprucht und Nutzer können jederzeit, mehrfach und nahezu überall vom digitalen Kursangebot profitieren. Allerdings müssen für die Produktion der Aufzeichnungen separate Musikrechte erworben werden. Das ist wiederum bei Livestream-Veranstaltungen nicht notwendig. Nach Abwägen der Vor- und Nachteile muss jedoch jedes Unternehmen selbst für sich entscheiden, ob eines der beiden Formate angeboten wird oder ob sich Livestream- und On-Demand-Kurse als Zusatzleistung lohnen.

### **Sind die Voraussetzungen gegeben?**

Möchte ein Unternehmen möglichst zeitnah einen hybriden Kursplan anbieten, ist es essenziell, zunächst die gegebenen Voraussetzungen für die Umsetzung von Livestreams zu analysieren:

- Steht permanent ein professionell ausgestatteter Raum inklusive Technik für Livestreams zur Verfügung?

- Stehen für die anvisierten Kurszeiten und -inhalte ausreichend Kursleiter zur Verfügung?

Sollten die personellen, räumlichen und technischen Voraussetzungen für das Umsetzen von Livestreams momentan nicht gegeben sein, können die Möglichkeiten zur Aufzeichnung überprüft werden:

- Wer kann wo Kurse aufzeichnen?
- Welche Kurstrainer bereiten welche Inhalte vor?
- Welche rechtlichen Aspekte sind zu beachten (Musik, Internetplattform usw.)?

Hat man sich nun für die Erstellung eines hybriden Kursplans entschieden, gilt es, noch weitere organisatorische Fragen zu beantworten:

- Welche Kursformate sollen «digitalisiert» werden?
- Zu welchen Zeitpunkten werden die Kurse stattfinden bzw. verfügbar sein?
- Wie viele Kurse werden im digitalen Format angeboten?

Generell kann man bei der Erstellung des hybriden Kursplans nichts grundsätzlich «richtig» oder «falsch» machen. Es können lediglich Überlegungen angestellt und Impulse gegeben werden. Letztendlich entscheidet das Controlling darüber, ob der hybride Kursplan seinen Sinn und Zweck für das Unternehmen erfüllt oder ob Anpassungen vorgenommen werden müssen.

### **Präsenzkurse bilden die Basis**

Vor Ort im Center angebotene Fitness- und Gesundheitskurse stellen das Grundgerüst für den hybriden Kursplan dar. Online-Kurse ergänzen und erweitern die Vor-Ort-Kurse, ohne dabei in Konkurrenz zu diesen zu treten. Das bedeutet, dass sowohl eine zeitliche als auch eine inhaltliche Abstimmung zwischen den beiden Formaten stattfinden muss. Ausserdem sollten bei der gesamten Planung der Online-Kurse die häuslichen Voraussetzungen der Mitglieder berücksichtigt werden. So werden sich das Platzangebot, das zur Verfügung stehende Equipment und eventuell auch die Kursdauer und der -zeitpunkt von der Durchführung im Fitnesscenter unterscheiden. Aus diesem Grund ist darauf zu achten, dass alle Übungen möglichst auf kleinem Raum, mit wenigen Sprüngen und einer geringen Gesamtdauer (10 bis maximal 30 Minuten) umgesetzt werden können. Kleingeräte sollten durch Alltagsgegenstände ersetzbar sein (z. B. Wasserflaschen statt Hanteln).

Ein optimaler Titel für eine genaue Beschreibung des Kurses sollte neben Kursziel und -inhalt ebenso Informationen zu Dauer und Rahmenbedingungen enthalten (z. B. «20 Minuten Rückenfitness im Stand (ohne Equipment)» oder «30 Minuten Bauch-Beine-Po auf der Matte»). Werden die Aufzeichnungen auch für Online-Kurse im Center genutzt, die im Kursraum stattfinden, ist eine Festlegung der Startzeitpunkte für die Trainingsvideos sinnvoll. Zum Beispiel könnten jeden Wochentag zwischen 12.15 Uhr und 15.15 Uhr stündlich Trainingsvideos starten. ▶

Tab. 1: Beispiel eines hybriden Kursplans

MONTAG	DIENSTAG	MITTWOCH	DONNERSTAG	FREITAG
<b>Livestream</b> <span>LIVE ▶</span> 7.00–7.30 Uhr <b>Yoga-Routine</b>	<b>Livestream</b> <span>LIVE ▶</span> 7.00–7.30 Uhr <b>Rückenfit</b>	<b>Livestream</b> <span>LIVE ▶</span> 21.00–21.30 Uhr <b>Stretch und Relax</b>	<b>Livestream</b> <span>LIVE ▶</span> 20.00–20.30 Uhr <b>Yoga am Abend</b>	<b>Livestream</b> <span>LIVE ▶</span> 7.00–7.30 Uhr <b>Mobility</b>
9.15–10.00 Uhr <b>Bauch, Beine, Po</b> 10.10–11.00 Uhr <b>Pilates</b>	9.15–10.00 Uhr <b>Indoor Cycling</b> 10.15–11.00 Uhr <b>Sitzgymnastik</b>	9.15–10.00 Uhr <b>WSG</b> 10.15–11.00 Uhr <b>Indoor Cycling</b>	9.45–10.15 Uhr <b>Beckenbodentraining</b> 10.20–11.05 Uhr <b>Pilates</b>	9.00–9.50 Uhr <b>Langhanteltraining</b> 10.00–10.30 Uhr <b>Jumping Fitness</b>
<b>Unsere On-Demand-Kurse findet ihr im Mitgliederbereich unserer Website,</b>				<b>ONLINE ▶</b>
<b>täglich im Kursraum:</b> 12.15 Uhr: «Entspannter Nacken in 20 Min.», 13.15 Uhr: «30 Min. Mobility», 14.15 Uhr: «Bauch Express (15 Min.)», 15.15 Uhr: «30 Min. HIIT».				
17.30–18.15 Uhr <b>Bauch, Beine, Po</b> 18.25–19.15 Uhr <b>Yoga</b> 19.15–19.45 Uhr <b>Jumping Fitness</b> 20.00–20.45 Uhr <b>Indoor Cycling</b>	18.00–18.45 Uhr <b>Step</b> 18.55–19.40 Uhr <b>Bauch, Beine, Po</b> 19.50–20.30 Uhr <b>Pilates</b>	18.00–18.45 Uhr <b>Dance Fitness</b> 18.55–19.45 Uhr <b>Langhanteltraining</b> 20.00–20.45 Uhr <b>Indoor Cycling</b>	18.00–18.50 Uhr <b>Langhanteltraining</b> 19.00–19.45 Uhr <b>Intervalltraining</b>	17.00–17.45 Uhr <b>Step</b> 18.00–19.00 Uhr <b>Yoga</b> 19.15–20.45 Uhr <b>Indoor Cycling</b>

### Livestreams ermöglichen Interaktion

Livestreams ermöglichen den Kontakt zu Mitgliedern während Zeiträumen, in denen sie üblicherweise noch nicht oder nicht mehr im Center sind. Ein «Early Morning Workout» im Wohnzimmer, im Anschluss die Dusche im eigenen Badezimmer, keine Fahrzeiten: für viele ein verlockendes Angebot für einen aktiven Start in den Tag. Aber auch am späteren Abend lohnen sich Livestream-Kurse. Denn wenn es draussen kalt und dunkel ist, fällt einigen der Weg ins Gym besonders schwer. Die Einhaltung einer Online-Trainingsverabredung ist meist realistischer. Wenn es den Kursteilnehmenden (zumindest zeitweise) möglich ist, Kamera und Mikrofon einzuschalten, kann auch online der soziale Austausch gefördert werden. Gleichzeitig besteht die Möglichkeit, Verabredungen für das gemeinsame Training vor Ort zu vereinbaren.

### Analysieren und nachjustieren

Empfehlenswert ist, zunächst eine dreimonatige Testphase durchzuführen, um die wirtschaftlichen Auswirkungen des hybriden Kursplans zu überprüfen. Für die Analyse sollte direkt nach der Erstellung des Plans festgelegt werden, welche Daten im Zusammenhang mit den Kursen erhoben werden: Welche Kurse weisen besonders viele oder wenige Teilnehmende auf? Sind Auffälligkeiten hinsichtlich Frequentierung auf die Kursleitung, den Inhalt, den Wochentag oder die Tageszeit zurückzuführen? Wie ist die Durchdringungsquote? Auch eine Analyse der Kündigungszahlen ist ratsam: Haben die Mitglieder, die gekündigt haben, Kursformate genutzt?

Um die Vorteile des hybriden Kursplans hinsichtlich Kundengewinnung und -bindung zu maximieren, benötigt dieser einen stetigen Prozess der Analyse und Anpassung. Aber der

Kursplan ist und bleibt ein wichtiges Tool in puncto Kundenbindung und ein Aushängeschild für die Fitness- und Gesundheitsunternehmen.

### Fazit

Nicht umsonst haben sich Gruppentrainingsangebote seit vielen Jahren aufgrund ihrer Vorteile in Unternehmen etabliert: zufriedene Stammkunden, die sich «ihrem» Kurs und damit auch dem Unternehmen zugehörig fühlen. Darüber hinaus bilden der Digitalisierungsschub und die damit verbundenen Möglichkeiten eine grosse Chance für Fitnesseinrichtungen. Online-Kurse können auf bestehenden Kursplänen aufbauen, das Angebot erweitern und somit den Mitgliederstamm festigen und vergrössern. ■



**Manuela Reusing**  
Manuela Reusing, M. A. Prävention und Gesundheitsmanagement, ist Dozentin an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und Referentin für die BSA-Akademie. Sie konzipiert und unterrichtet seit 30 Jahren verschiedene Kurskonzepte und Gruppentrainingsangebote für Fitnesseinrichtungen.  
[www.dhfgp-bsa.de](http://www.dhfgp-bsa.de)

### Auszug aus der Literaturliste

DSSV e. V. – Arbeitgeberverband Deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (Hrsg.). Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft 2021. Hamburg: Hrsg.

Sofija, E., Plugge, M., Wiseman, N. & Harris, N. (2018). 'This is the beginning of the new me': process evaluation of a group fitness intervention to promote wellbeing in formerly homeless individuals. BMC public health, 18(1), 290.

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte [marketing@dhfgp-bsa.de](mailto:marketing@dhfgp-bsa.de).

# Experte Bewegungs- und Gesundheitsförderung

mit eidg. Diplom



**JETZT  
STARTEN**

[safs.com](https://safs.com)

Infos &  
Anmeldung





Muskelaufbau: «No pain, no gain?»

# Evidenzbasierte Trainingsempfehlungen

**Der Muskelaufbau steht für viele Centerkunden im Mittelpunkt. Bereits seit Jahrzehnten existieren viele Halbwahrheiten und Mythen rund um das optimale Training für den Muskelaufbau, die sich bis heute halten. Deswegen ist es sinnvoll, einen genauen Blick auf die Datenlage zu werfen – so lassen sich wissenschaftlich gesicherte Trainingsempfehlungen als Basis für die Trainingsplanung anwenden.**



Dass nicht ein einziger Faktor Hypertrophie auslöst, sondern gleich mehrere, wurde während der letzten Jahre zunehmend klar. Neben ernährungsspezifischen Faktoren, auf die im vorliegenden Beitrag nicht genauer eingegangen werden soll, sind vor allem die trainingsspezifischen Faktoren wie eine hohe muskuläre Spannung, die Ansammlung von Stoffwechselprodukten in der Muskulatur sowie Mikroverletzungen der Muskulatur beim Muskelaufbau entscheidend (Schoenfeld, 2010):

Wichtig ist, dass die muskuläre Spannung ausreichend hoch sein muss. Sie wird unter anderem vom Trainingsgewicht beeinflusst. Die Ansammlung von Stoffwechselprodukten ist eine Folge von Sauerstoffmangel während muskulärer Arbeit. Ob Mikroverletzungen der Muskulatur nur eine Folge der ers-

ten zwei Prozesse sind oder eine eigenständige Rolle spielen, ist noch nicht abschliessend geklärt.

Wie der Trainingsplan aufgebaut sein muss, damit die benannten Faktoren optimal angesteuert werden können, ist eine zentrale Frage für Trainierende oder die betreuenden Trainer. Konkrete Angaben zur Satz- und Wiederholungszahl sowie Intensitätssteuerung des Trainings sind wichtige Aspekte, auf die spezifisch eingegangen werden soll.

### **Welche Bedeutung hat das verwendete Gewicht?**

Für einen gezielten Muskelaufbau benötigt man nicht zwingend schwere Gewichte. Wahrscheinlich kennen die meisten Trainierenden den für das Hypertrophietraining häufig empfohlenen Bereich von acht bis zwölf Wiederholungen. Ein Blick auf neuere Studienergebnisse zeigt jedoch, dass identische Hypertrophieeffekte auch bei einer Trainingsintensität von 30 bis 50 Prozent oder mit über 70 Prozent des Einer-Wiederholungs-Maximums (1-RM) hervorgerufen werden können (Morton, Colenso-Semple & Phillips, 2019; Vargas et al., 2019). Dies gilt vor allem dann, wenn das Training mit geringer Intensität bis zum muskulären Versagen oder zumindest bis kurz davor durchgeführt wird, wohingegen beim Training mit höheren Gewichten muskuläres Versagen nicht ausschlaggebend ist. Hieraus resultiert für die Praxis, dass unabhängig vom Trainingsgewicht Hypertrophieeffekte erzielt werden können. Wiederholungszahlen zwischen acht und zwölf bleiben für den Grossteil der Trainierenden aufgrund der Praktikabilität allerdings der effizienteste Bereich, da Sätze mit 20 oder gar 30 Wiederholungen bis zum Muskelversagen im Vergleich zu niedrigeren Wiederholungszahlen oft als anstrengender und unangenehmer empfunden werden.

### **Ist muskuläre Auslastung wirklich erforderlich?**

«Mach so viele Wiederholungen wie möglich und dann noch zwei mehr!» – Aussagen wie die vorausgegangene stellen sich angesichts der Ergebnisse einer grossen Zahl an Studien zu diesem Thema als inkorrekt heraus. In einer aktuellen Metaanalyse (Vieira et al., 2021) kamen die Autoren zu dem Schluss, dass es für Hypertrophie nicht entscheidend ist, ob ein Satz bis zum muskulären Versagen durchgeführt wird oder nicht. Dies gilt vor allem dann, wenn die Versuchsgruppen in Bezug auf das Trainingsvolumen identisch sind.

Wenn eine Gruppe fünf Sätze mit je zehn Wiederholungen bis zum Muskelversagen trainiert, kommen die Trainierenden auf insgesamt 50 Wiederholungen. Trainiert eine Vergleichsgruppe ebenfalls fünf Sätze mit acht Wiederholungen, so macht diese insgesamt 40 Wiederholungen. Bei Erhöhung der absoluten Wiederholungszahl durch einen weiteren Satz auf 48 Wiederholungen gleicht sich die Anzahl weitestgehend aus und es ergibt sich hinsichtlich des Muskelaufbaus kein messbarer Gruppenunterschied.

Daraus lässt sich schliessen, dass bei einem geringen Zeitbudget ein Training bis zum Muskelversagen mit einer erhöhten Wiederholungszahl sinnvoll ist. Allerdings entsteht ▶

dadurch auch ein höherer Regenerationsbedarf als bei einem nicht ausbelastenden Training. Bei ausreichender Zeit und demnach einer möglichen Erhöhung des Trainingsvolumens ist das Trainieren bis zum muskulären Versagen nicht notwendig und geht eventuell sogar zu Lasten der Regeneration (Vieira et al., 2021). Wie nahe sollten die Trainierenden also dem Muskelversagen kommen? Hierzu gibt es bisher keine klaren Daten. Sofern am Ende eines Satzes nicht mehr als zwei bis drei weitere Wiederholungen ausführbar sind, scheint dies aber bereits einen ausreichend hohen Reiz darzustellen.

### Das wöchentliche Trainingsvolumen

An dieser Stelle wird das Trainingsvolumen – unabhängig der Verteilung auf die Trainingstage – als die Anzahl der durchgeführten Sätze pro Woche und Muskelgruppe definiert.

Zur Erreichung von Hypertrophieeffekten scheinen mehrere Sätze (für fortgeschrittene Kraftsportler mehr als zehn Sätze pro Woche pro Muskelgruppe) zielführender zu sein als eine reduzierte Satzanzahl bei Erhöhung der Wiederholungszahl. Doch wie viele Sätze sind wiederum zu viele? Darauf hat die Literatur keine einheitliche Antwort. In einer exemplarischen Periodisierung des Trainingsvolumens im Jahresverlauf geben Schoenfeld, Ogborn und Krieger (2017) allerdings maximal 20 bis 25 Sätze wöchentlich pro Muskelgruppe als temporären Höchstwert an. Hierbei wird allerdings betont, dass die Steuerung des Trainingsvolumens einer hohen Individualität unterliegt und daher speziell an die Trainierenden und ihre Regenerationsfähigkeit angepasst werden sollte. Eine langfristige Steigerung der Skelettmuskelmasse ist bei nicht ausreichender Regeneration durch eine zu hohe Gesamtbelastung nicht mehr möglich (Schoenfeld, Ogborn & Krieger, 2017). Daher sollte in der Praxis bei einer Stagnation der Trainingsfortschritte nicht sofort die Satzanzahl erhöht werden, sondern auch weitere mögliche Ursachen wie wenig Schlaf oder mangelnde Nährstoff- und Proteinzufuhr in Betracht gezogen werden.

Das optimale Trainingsvolumen scheint laut den Studienergebnissen von Baz-Valle, Balsalobre-Fernández, Alix-Fages und Santos-Concejero (2022) durchschnittlich zwischen zwölf und 20 Sätzen wöchentlich pro Muskelgruppe zu liegen. Zwar kann diese Angabe auch für kurze Zeit überschritten werden, jedoch sollte das wöchentliche Gesamtvolumen zumindest überwiegend in diesem Bereich geplant und bei Bedarf individuell angepasst werden, um langfristige Muskelaufbauprozesse zu optimieren.

### Wie viele wöchentliche Trainingseinheiten?

Es lassen sich diverse Metaanalysen heranziehen (Fröhlich, 2008; Schoenfeld, Ogborn & Krieger, 2016), die sich mit der optimalen Trainingsfrequenz pro Muskelgruppe beschäftigen. Interessanterweise hat sich hier in den letzten Jahren ein Wandel ergeben: Während frühere Arbeiten zu dem Ergebnis kamen, dass eine Trainingsfrequenz von zwei- bis dreimal pro Woche pro Muskelgruppe bessere Resultate bringt, kommt eine neuere Metaanalyse (Schoenfeld, Grgic & Krieger, 2019) zu einem anderen Schluss. Hier wird darauf verwiesen, dass sich die Vorteile für mehrere Einheiten auflösen, sobald der

Gesamtumfang pro Woche gleich ist. Sprich: Ob jemand in einer Trainingseinheit 14 Sätze für die Brustmuskulatur absolviert oder diese 14 Sätze auf zwei, drei oder gar vier Einheiten aufteilt, hat – wenn überhaupt – nur einen trivialen Effekt. Für ein Trainingsprogramm bedeutet das in der Praxis Folgendes: Letzten Endes kommt es auf die Gesamtzahl der Sätze pro Woche an. Ob diese auf eine oder mehrere Einheiten aufgeteilt werden, sollte davon abhängig gemacht werden, wie lange die trainierende Person für eine Einheit Zeit hat und ob sie überhaupt in der Lage ist, eine lange Einheit mit vielen Sätzen ohne zu starke körperliche Ermüdung durchführen zu können.

### Wie lange sollten Pausen sein?

Ob die Pausen zwischen den Sätzen eine Minute oder länger sind, scheint bei wenig fortgeschrittenen Trainierenden keinen Unterschied zu machen. Bei Fortgeschrittenen sollten die Pausen hingegen auf zwei Minuten verlängert werden (Grgic, Schoenfeld, Skrepnik, Davies & Mikulic, 2018). Des Weiteren ist eine Verlängerung der Pausenzeit bei Übungen wie Kniebeugen oder Kreuzheben sinnvoll, da hier besonders viel Stoffwechselprodukte entstehen, die die Erholung zwischen den Sätzen beeinflussen.

### Fazit

Entwickelt man ein Hypertrophietrainingsprogramm für Fortgeschrittene, sollte dieses bei einer Aufteilung auf eine bis vier Trainingseinheiten mehr als zehn Sätze pro Woche und Muskelgruppe beinhalten. Die Intensität sollte hier mit mindestens 30 Prozent des 1-RM gewählt werden. Bei geringen Intensitäten ist eine stärkere muskuläre Ausbelastung anstrebenswert als beim Training mit höheren Lasten. Zwischen den Sätzen sollte eine Pausendauer von zwei Minuten angesetzt werden. Der Mythos «No pain, no gain» gilt nach genauerer Betrachtung der Studienlage als nicht haltbar und hat daher für die Trainingspraxis keine Relevanz. ■



**Harald Gärtner**  
Harald Gärtner, Diplom-Sportwissenschaftler, Autor, Trainer und Coach, ist seit über 20 Jahren als Dozent für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und Referent für die BSA-Akademie tätig und absolvierte in den letzten Jahren viele Weiterbildungen in dem Gebiet «Einfluss von Neurologie auf Bewegung und Leistungsfähigkeit».  
[www.dhfgp-bsa.de](http://www.dhfgp-bsa.de)

#### Auszug aus der Literaturliste

Baz-Valle, E., Balsalobre-Fernández, C., Alix-Fages, C. & Santos-Concejero, J. (2022). A Systematic Review of The Effects of Different Resistance Training Volumes on Muscle Hypertrophy. *Journal of Human Kinetics*, 81, 199–210.

Schoenfeld, B. J., Ogborn, D. & Krieger, J. W. (2017). Dose-response relationship between weekly resistance training volume and increases in muscle mass: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Sports Sciences*, 35 (11), 1073–1082.

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@dhfgp-bsa.de](mailto:marketing@dhfgp-bsa.de).



# 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

Forschungsergebnisse im Fokus

# Wissenschaft für die Trainingspraxis

## EMS-Training gehört in qualifizierte Experten Hände

WB-EMS Market Development – Perspectives and Threats

Aufgrund von Zeiteffizienz, Effektivität sowie seinen vielfältigen Einsatzmöglichkeiten wird das Ganzkörper-EMS-Training (GK-/WB-EMS) immer beliebter. Welche Potenziale, Herausforderungen und Probleme mit der jüngsten Marktentwicklung einhergehen, beleuchteten drei EMS-Experten in ihrem Beitrag.

Auf Basis des aktuellen Forschungsstandes und unter Berücksichtigung der Expertenleitlinien für den GK-EMS-Einsatz analysierten die Autoren kritische Entwicklungen rund um die zunehmende – meist unbeaufsichtigte – GK-EMS-Anwendung im privaten Sektor und deren Risiken. In der Verantwortungsverlagerung von zertifiziertem Fachpersonal zu den Trainierenden selbst sehen die Experten einen deutlichen Rückschritt in der Entwicklung der professionellen GK-EMS-Anwendung. Durch den unbeaufsichtigten Einsatz werden wichtige Qualitäts- und Sicherheitsstandards unterwandert, die im Center gewährleistet werden und ein sicheres Training garantieren.

Daher kommen die Experten zu dem Schluss, dass die private GK-EMS-Anwendung mehr Gefahren als potenzielle Vorteile birgt und das Training deshalb immer unter Aufsicht von qualifiziertem Fachpersonal erfolgen sollte.



### Literaturliste

Berger, J., Fröhlich, M. & Kemmler, W. (2022). WB-EMS Market Development – Perspectives and Threats. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 19 (22), 14211.

## Nachhaltige Trainingserlebnisse zur Kundenbindung

Effect of Customer Experience Quality on Loyalty in Fitness Services

Ganzheitliche Kundenerlebnisse werden für Fitnesscenter zunehmend wichtiger und können einen relevanten Wettbewerbsvorteil darstellen. Aber was versteht man darunter und welche Faktoren haben einen Einfluss auf die wahrgenommene Qualität der Fitnessdienstleistungen und damit die Kundenzufriedenheit/-bindung? Diesen Fragen ging die Studie im Rahmen einer Umfrage nach.

An der Befragung nahmen insgesamt 287 Trainierende (216 männlich, 71 weiblich) teil. Diese wurden per Zufallsstichprobe ausgewählt. Die Ergebnisse wurden mittels konfirmatorischer Faktorenanalyse und Strukturgleichungsmodell ausgewertet. Das Modell verdeutlicht, dass qualitativ hochwertige Dienstleistungen, eine kundennahe Interaktion mit den Trainierenden und positive Mitgliederbeziehungen das Kundenerlebnis nachweislich steigern. Greifen diese Faktoren ineinander, steigt die Customer Experience und damit auch die Zufriedenheit.

Anhand der aufgezeigten Einflussfaktoren können Fitnesscenter ihre Angebote und Prozesse weiter optimieren, um so nachhaltige Trainingserlebnisse zu schaffen, die Mitglieder begeistern und langfristig binden.



### Literaturliste

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

Die Innovation in der  
Körperzusammensetzungsanalyse

# InBody 970

---

- Innovative 3 MHz-Messtechnologie
- Erkenntnisse zu Ernährung, Geriatrie, Rehabilitation, Kardiologie etc.
- Kundenerkennung durch Fingerprint

**NEU**

best  health

[www.best4health.ch](http://www.best4health.ch)

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





# Gewichtsmanagement: Sind die Gene schuld am Übergewicht?

**Die einen können essen so viel sie wollen und nehmen trotzdem nicht zu. Die anderen werfen quasi einen Blick auf die Torte und haben schon wieder ein halbes Kilo mehr «auf den Hüften». So oder so ähnlich ist der subjektive Eindruck vieler und die Schlussfolgerung scheint klar zu sein: Es liegt an den Genen. Aber stehen wir unserem Erbgut tatsächlich so machtlos gegenüber?**

Übergewicht und Adipositas stellen ein weltweites Gesundheitsproblem dar. Allein in der Schweiz gelten 42 Prozent der Erwachsenenbevölkerung durch einen BMI > 25 kg/m<sup>2</sup> als übergewichtig (Bundesamt für Gesundheit (BAG), 2022). Die Gründe hierfür sind vielfältig. Neben der Ernährung und dem Lebensstil können auch bestimmte Krankheiten und Medikamente sowie eine genetische Veranlagung eine Rolle spielen.

In einer aktuellen Studie aus Österreich wurde das Erbgut von metabolisch gesunden, schlanken Personen untersucht. Die Forschenden fanden dabei eine auffällige Mutation des ALK-Gens (anaplastic lymphoma kinase). Diese Genvariante konnte im Tierversuch eine gewisse Resistenz gegenüber einer nahrungsbedingten Gewichtszunahme bewirken (Orthofer et al., 2020).

## **Doch sind alle ohne dieses «Schlankheitsgen» zu Übergewicht verurteilt?**

Die klare Antwort: nein! Denn äussere Einflüsse sind viel entscheidender als unsere Erbanlagen, zumal sich die Aktivität von Genen durch die Lebensführung beeinflussen lässt (Mochizuki et al., 2017). Hinzu kommt, dass das Vorhandensein eines Risikogens für Übergewicht, wie beispielsweise bestimmte Risikomutationen im FTO-Gen (fat mass and obesity-associated), die Gewichts- und Körperfettreduktion im Zuge einer Diät nicht erschweren muss (Antonio et al., 2019).

Es ist erst die Kombination verschiedener genetischer und umweltbedingter Faktoren, die zu einer starken Gewichtszunahme bis hin zur Adipositas führen kann. Die Hauptursachen sind in den meisten Fällen aber Bewegungsmangel und Überernährung. Eine individuelle Beratung und Betreuung in diesem Bereich ist daher unerlässlich, um nachhaltig Körperfett zu reduzieren und ein gesundes Körpergewicht langfristig zu halten.

## **Mit der BSA-Akademie zum Berater für Gewichtsmanagement qualifizieren**

Der Lehrgang «Berater/in für Gewichtsmanagement» der BSA-Akademie bietet die Möglichkeit, sich mit dem Thema Körpergewichtsregulation aus wissenschaftlicher und anwendungsorientierter Sicht zu befassen. So lassen sich mithilfe verschiedener Ernährungsweisen, Bewegung und Verhaltensmodifikationen individuelle und erfolgreiche Strategien für die Klienten entwickeln. ■

### **Literaturliste**

Antonio, J., Knafo, S., Kenyon, M., Ali, A., Carson, C., Ellerbroek, A. et al. (2019). Assessment of the FTO gene polymorphisms (rs1421085, rs17817449 and rs9939609) in exercise-trained men and women: the effects of a 4-week hypocaloric diet. *Journal of the International Society of Sports Nutrition*, 16(1), 36. doi.org/10.1186/s12970-019-0307-6

Mochizuki, K., Hariya, N., Honma, K., & Goda, T. (2017). Relationship between epigenetic regulation, dietary habits, and the developmental origins of health and disease theory. *Congenital anomalies*, 57(6), 184–190. doi.org/10.1111/cga.12213

Orthofer, M., Valsesia, A., Mägi, R., Wang, Q. P., Kaczanowska, J., Koziaradzki, I. et al. (2020). Identification of ALK in Thinness. *Cell*, 181(6), 1246–1262.e22. doi.org/10.1016/j.cell.2020.04.034

Bundesamt für Gesundheit (BAG) 2022. Übergewicht und Adipositas. Zugriff am 03.01.2023. Verfügbar unter <https://www.bag.admin.ch/bag/de/home/gesund-leben/gesundheitsfoerderung-und-praevention/koerpergewicht/uebergewicht-und-adipositas.html>



# Hereinspaziert!

Herzlich Willkommen zum 19. Mountain Move in Grindelwald!

Group Fitness am Vormittag, Skifahren am Nachmittag.... Und morgen? Wie auch immer dein Programm aussieht, mach das worauf du Lust hast. Wir bieten dir ein abwechslungsreiches Sport- und Unterhaltungsprogramm mit nationalen und internationalen Präsentern sowie internationalen MusicActs mit DanLe Blonde & Friends.

**3 Nächte**  
30.03.-02.04.2023

**Doppelzimmer**

CHF 935.-

**DZ Einzelnutzung**

CHF 1'225.-

**5 Nächte**  
28.03.-02.04.2023

CHF 1'325.-

CHF 1'815.-

Die Preise verstehen sich pro Person/Nacht, inkl. MwSt., HP, Fitness- und Rahmenprogramm Verlängerungsnacht auf Anfrage

Bei Annullation gibt es keine Rückzahlung, sondern eine Gutschrift über 100% auf einen anderen Mountain Move Event. Bei einer Annullation von 60 Tage vor Eventbeginn gibt es keine Gutschrift mehr.

**Zahlung:** 10 Tage nach Anmeldung - per E-Banking, ohne Zuschlag  
Zahlung per Kreditkarte oder PayPal, Zuschlag von 3,5%

**BUCHUNG:**  
[WWW.MOUNTAIN-MOVE.CH](http://WWW.MOUNTAIN-MOVE.CH)

Design & Fotos: Eveline Salzmann Fotografe

# Mountain Move

Di 28.03. - So 02.04.2023  
in Grindelwald



Groupfitness der Extraklasse  
Schnee-Spass und Après-Ski  
Club Nights u.v.m.

Die Mountain Move 2023 wird präsentiert von:



Besuche uns online: [www.mountain-move.ch](http://www.mountain-move.ch)



# Erfolgreicher Fitnessinfluencer mit akademischem Know-how

Wir treffen unseren Interviewpartner Gabriel Moreno im Let's Go Fitness in Bern (Wankdorf), wo er arbeitet und selbst täglich trainiert. Der 26-Jährige ist Wettkampfsportler im Bodybuilding und bereitet sich aktuell auf die nächsten internationalen Wettkämpfe vor. Im Jahr 2020 schloss er sein duales Studium B. A. Fitnessökonomie an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) am Studienzentrum in Zürich ab. Momentan ist er als selbstständiger Coach und Influencer in sozialen Medien tätig – mit einer beachtlichen Reichweite von über 70 000 Followern.

**FITNESS TRIBUNE:** Du bist in der Fitnessbranche tätig, weil ...?

**Gabriel Moreno:** Eine Verletzung beim Tischtennis führte mich zur Physiotherapie. Mein Interesse für Krafttraining wurde geweckt und ich verbrachte viel Zeit im Kraftraum. Nach meiner Matura habe ich dann in einem Fitnesscenter gearbeitet und nebenbei die Ausbildung zum Fitness Trainer mit SAFS Fachausweis an der Swiss Academy of Fitness and Sports (SAFS) absolviert. Das war dann mein Einstieg in die Fitnessbranche.

**FT:** Nach deiner Ausbildung zum Fitnesstrainer hast du dich für ein Studium an der DHfPG entschieden, weshalb?

**GM:** Ich bin über meinen ehemaligen Arbeitgeber auf die dualen Studiengänge der DHfPG aufmerksam geworden. An der DHfPG konnte ich wissenschaftlich fundierte Fachkompetenzen erlangen und diese direkt in der Praxis anwenden, denn das Studiensystem kombiniert ein Fernstudium mit kompakten Präsenzphasen vor Ort, z. B. in Zürich, und/oder digital mit einer betrieblichen Tätigkeit, wodurch ich natürlich auch Geld verdiene. Das hat nicht nur mich überzeugt; auch meine Eltern waren mit meiner Wahl zufrieden. Sie sind Akademiker und haben meine Entscheidung für das duale Bachelor-Studium Fitnessökonomie sehr befürwortet.

**FT:** Aktuell bist du als selbstständiger Coach und Fitnessinfluencer erfolgreich tätig, wie kam es dazu?

**GM:** Im Jahr 2018 absolvierte ich meine erste Wettkampfvorbereitung für einen Bodybuildingwettkampf. Diese Phase habe ich als Content auf meinen Social-Media-Kanälen veröffentlicht. Nach besagtem Wettkampf in Los Angeles kam ein Designer auf mich zu, für den ich dann bei diversen Shows in den USA als Model tätig sein durfte. Hierbei habe ich die Chance genutzt, um mich mit Fitnessmodels und Fitnessinfluencern zu vernetzen. Diese Kontakte haben es mir ermöglicht, dass ich in der Branche bekannt wurde.

**FT:** Wie sieht dein Arbeitsalltag aus?

**GM:** Mein Dasein als Wettkampfathlet im Bodybuilding gehört zu einem gewissen Teil auch zu meiner Selbstständigkeit, da ich mein eigenes Marketing bin. Mein Tag beginnt circa um 6.00 Uhr mit Cardiotraining. Danach habe ich Coaching-Klienten bis zum Nachmittag, bevor ich mich für zwei bis drei Stunden meinem eigenen Krafttraining widme. Zusätzlich, je nach Wochentag, erstelle ich Content für meine Social-Media-Kanäle.

**FT:** Inwiefern ist für deine Arbeit dein abgeschlossenes Studium hilfreich?

**GM:** Das Bachelor-Studium Fitnessökonomie ist in vielerlei Hinsicht eine grosse Unterstützung für mich in der Selbstständigkeit. Die betriebswirtschaftlichen Module wie z. B. «Operatives Marketing» und «Strategisches Marketing» waren zu Beginn eine sehr grosse Stütze, besonders bei der Umsetzung von der Theorie in die Praxis. Ausserdem konnte ich natürlich die trainingswissenschaftlichen Aspekte für mein qualifiziertes Coaching mitnehmen. Somit hat mich das interdisziplinäre Studium an der DHfPG sehr vielschichtig auf meine Arbeit in der Fitnessbranche vorbereitet.

**FT:** Was machst du, um regelmässig neue Inspirationen zu sammeln?

**GM:** Hierzu höre ich gern Podcasts oder lese in Fachmagazinen wie der FITNESS TRIBUNE. Ansonsten habe ich ein Abo für das SAFS Weiterbildungsprogramm, das es mir ermöglicht, up to date in Praxis und Theorie zu sein. ■



**Über den Interviewpartner Gabriel Moreno**

Gabriel Moreno studierte Fitnessökonomie (B. A.) von 2017 bis 2020 an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG). Der 26-Jährige arbeitet als selbstständiger Fitnesscoach und Influencer. Dazu ist er Wettkampfathlet im Bodybuilding und bestreitet internationale Wettkämpfe.



Die DHfPG in drei Worten?  
Zuverlässig, praxisorientiert, topaktuell.

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

Anzeige



# ERFOLGREICHES FITNESSCENTER ZU VERKAUFEN

Im Kanton Thurgau verkaufen wir im Auftrag ein etabliertes & erfolgreiches Fitnesscenter. Expansion? Endlich eigenes Studio? Nutzen Sie diese Gelegenheit!

- 1'100 m2
- Umfangreiches Angebot
- langjährige Kunden
- Top Mietkonditionen
- Führend in der Region
- finanziell unabhängig

**INTERESSIERT?** ➔

Verre Consulting GmbH

📞 079 228 91 81

✉️ [info@verre-consulting.com](mailto:info@verre-consulting.com)

## Sustainability als Wettbewerbsvorteil

Unternehmen werden immer stärker mit der Forderung nach Sustainability konfrontiert. Dabei geht es längst nicht mehr nur um ökologische Nachhaltigkeit, sondern auch um soziales und ökonomisches nachhaltiges Handeln. Aber wie gelingt es Unternehmen – auch denen der Fitness- und Gesundheitsbranche – diese Entwicklung mitzutragen, Nachhaltigkeit strategisch in ihrem Kerngeschäft zu etablieren und schliesslich daraus auch langfristige Wettbewerbsvorteile zu ziehen? Das Vorwissen ist häufig begrenzt, der Handlungsdruck ist jedoch umso grösser, weil sowohl Kunden vielfach verstärkten Wert auf nachhaltige Produkte und Dienstleistungen legen als auch neue Anforderungen von Regulierungsbehörden und der Öffentlichkeit beachtet werden müssen.

Ulrich Lichtenthaler und Felix Fronapfel stellen in «Sustainability als Wettbewerbsvorteil» schlüssige Beispiele und Best Practices für ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit vor. Ganzheitliche Optimierungen stehen dabei im Fokus. Diese können sich schliesslich auch als handfester Vorsprung vor Mitbewerbern herausstellen.



**Ulrich Lichtenthaler,  
Felix Fronapfel (Hrsg.):  
Sustainability als Wettbewerbs-  
vorteil, Haufe Verlag, 2022  
ISBN: 978-3-648-16423-5**

## Die Ernährungs-Docs – So stärken Sie Ihr Immunsystem

Mit der richtigen Ernährung können Sie Ihre körpereigenen Abwehrkräfte gezielt stärken und unterstützen. Welche Lebensmittel ganz oben auf der «Immunbooster-Liste» der Ernährungsexperten stehen, erfahren Sie im 2020 erschienenen Buch, das sich den besten Strategien und Rezepten gegen Viren und Infekte widmet.

Die aus dem deutschen Fernsehen bekannten «Ernährungs-Docs» um Dr. med. Anne Fleck, Dr. med. Jörn Klasen, Dr. med. Matthias Riedl und Dr. med. Silja Schäfer zeigen in ihrem Buch «Die Ernährungs-Docs – So stärken Sie Ihr Immunsystem», wie Sie Erkältungs- und Grippeviren sowie Bakterien aktiv Paroli bieten können.

Welche Nährstoffe braucht die Körperabwehr besonders dringend? Auf diese und viele weitere Fragen geben die Ernährungs-Docs praxisnahe Antworten und liefern wertvolle Hintergründe, wie unser Immunsystem den viralen und bakteriellen Belastungen effektiv standhalten kann. Die Experten erläutern informativ, wie Sie Ihr Immunsystem gezielt stärken und mit den richtigen Nahrungsmitteln effektiv unterstützen können.

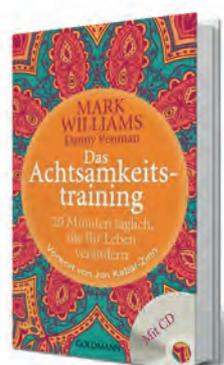


**Dr. med. Anne Fleck, Dr. med.  
Jörn Klasen, Dr. med. Matthias  
Riedl, Dr. med. Silja Schäfer:  
Die Ernährungs-Docs –  
So stärken Sie Ihr Immunsystem,  
ZS Verlag 2020  
ISBN: 978-3-9658-4121-5**

## Das Achtsamkeitstraining – 20 Minuten täglich, die Ihr Leben verändern

Unser Alltag ist heutzutage geprägt von Zeitdruck, permanenter Erreichbarkeit und Hektik. In diesem stressigen Alltag ist es von grösster Bedeutung, Wege zu finden, um effektiv zu entspannen und wieder zu uns selbst zu finden. Das Anti-Stress-Programm der University of Oxford: täglich 20 Minuten anhalten, ruhig atmen und von sich selbst Abstand nehmen – das Zauberwort heisst «Achtsamkeit».

Oxford-Professor Mark Williams und Wissenschaftsjournalist Danny Penman zeigen Schritt für Schritt, wie es gelingt, Achtsamkeit in den hektischen Alltag zu integrieren. Die Wirksamkeit ihres Programms ist wissenschaftlich nachgewiesen und enthält Übungen zur Körperwahrnehmung, Kurzmeditationen und Anregungen, alte Gewohnheiten zu durchbrechen. Es ist alltagstauglich und daher auch bestens für «Achtsamkeitsanfänger» geeignet. Spürbare Wirkung soll das Programm bereits nach acht Wochen zeigen. Ursprünglich erschien das Buch unter dem Titel «Meditation im Alltag» im Arkana Verlag.

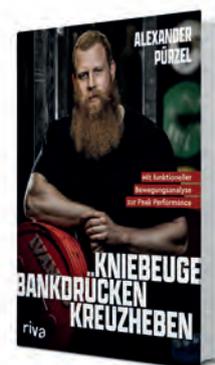


**Mark Williams, Danny Penman:  
Das Achtsamkeitstraining:  
20 Minuten täglich, die Ihr Leben  
verändern, Goldmann Verlag, 2015  
ISBN: 978-3-442-22072-4**

## Kniebeuge, Bankdrücken, Kreuzheben

«Die besten Athleten verlassen sich im Wettkampf auf ihre Stärken. Abseits jeder Prüfung bekämpfen sie jedoch unnachgiebig ihre Schwächen.» Kniebeuge, Bankdrücken und Kreuzheben gelten als Königsdisziplinen des Krafttrainings. Zwar ist die ideale Bewegungsausführung eine echte Herausforderung, auf dem Weg zu Ihrer Peak Performance jedoch auch das Mittel.

Sportwissenschaftler und Medaillengewinner bei Europameisterschaften im Kraftdreikampf Alexander Pürzel zeigt in seinem wissenschaftlich fundierten Buch, wie es anhand optischer Analysen und der Anwendung von Trackingmethoden gelingt, das Beste aus dem Training herauszuholen. «Kniebeuge, Bankdrücken, Kreuzheben» liefert praktisch anwendbare Inhalte: Über 400 Fotos und Videos können per QR-Code abgerufen werden, mit deren Hilfe Sie alle Abweichungen, die bei diesen drei Übungen auftreten können, kennenlernen. Zudem erfahren Sie, wie Sie Ihre persönlichen Stärken und Schwächen mit den Kompensationsstrategien in Verbindung bringen. Mehr als 30 Übungen unterstützen Sie dabei, Ihre neu entdeckten Problembereiche gezielt zu adressieren.



**Alexander Pürzel:**  
**Kniebeuge, Bankdrücken, Kreuzheben – Mit funktioneller Bewegungsanalyse zur Peak Performance, Riva Verlag, 2021**  
 ISBN: 978-3-7423-1809-1

## Zivilisationskrankheiten: Krankheitsketten vermeiden – Präventionskompetenzen entwickeln

Im Herausgeberwerk «Zivilisationskrankheiten – Krankheitsrisiken vermeiden, Präventionskompetenzen entwickeln» zeigen die Herausgeber Bernhard Allmann, Jörg Loth und Arne Morsch, dass mehr als 20 Prozent der Bevölkerung an Erkrankungen des sogenannten tödlichen Quartetts leiden. Dazu gehören Fettleibigkeit, Bluthochdruck, Fettstoffwechselstörung und Diabetes mellitus Typ 2. Die Zahl der Erkrankten steigt seit Jahren an – mit gravierenden Folgen für die Betroffenen und das Gesundheitssystem.

Renommierte Autoren wie Dr. Eckart von Hirschhausen, Prof. Josef Hecken und Prof. Dr. Thomas Wessinghage beleuchten das Thema aus gesundheitswissenschaftlicher, medizinischer, soziologischer, ökonomischer und psychologischer Sicht und zeigen jeweils passende Lösungsansätze auf. Sie stellen ausserdem wichtige individuelle wie auch gesellschaftliche Strategien der Prävention und Gesundheitsförderung vor. Das Herausgeberwerk gibt wertvolle Impulse zum Aufbau von Gesundheitskompetenzen und soll Leser dazu motivieren, selbst aktiv zu werden, denn schliesslich spielt Prävention eine zentrale Rolle. Dieses Buch erläutert die Grundlagen für ein zielgerichtetes Handeln.



**Prof. Dr. Bernhard Allmann, Prof. Dr. Jörg Loth, Prof. Dr. Arne Morsch (Hrsg.):**  
**Zivilisationskrankheiten: Krankheitsketten vermeiden – Präventionskompetenzen entwickeln, fitness MANAGEMENT Verlag, 2022**  
 ISBN: 978-3-00-070151-1

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.**



# Da «campione nascosto» a settore del futuro riconosciuto

L'importanza del nostro settore per la società e per l'economia è enorme, nonostante il fatto che sia ancora molto sottovalutato, soprattutto a livello politico. Sebbene gli ultimi anni siano stati effettivamente difficili dal punto di vista economico e ci abbiano posto di fronte a grandi sfide, il settore svizzero del fitness e della salute è e rimane un mercato in crescita. Tuttavia, in assenza di dati scientificamente validi, questa affermazione non evoca un dato di fatto, ma piuttosto una supposizione. Perciò, è nell'interesse dell'insieme degli operatori del settore fare tutto il possibile per aumentarne l'accettazione nella società, come pure sul piano economico e politico. Ma cosa può fare al riguardo il singolo operatore di un centro?

Ecco la risposta: partecipare al sondaggio sui «Dati chiave dell'economia svizzera del fitness 2023»! Per comprendere al meglio questo studio e i vantaggi fondamentali che ne derivano per il settore del fitness e della salute in Svizzera, abbiamo parlato con il presidente di swiss active, Reto Conrad, dei dati salienti, degli obiettivi e di come è proceduto lo studio. L'intervista completa da pagina 22.

I consigli concreti su come agire, che è possibile ricavare dagli studi, sono illustrati anche dagli attuali risultati del sondaggio condotto dalla Prof.ssa Dr. Sarah Kobel tra i membri e i non-membri dei centri, che trovate da pagina 44.

Oltre ai numeri, ai dati e ai fatti, naturalmente sono soprattutto le persone a rendere unico il nostro settore. Per questo motivo abbiamo chiesto a Yvonne Schleiss, che gestisce BEAT Premium Training, di parlarci della sua particolare concezione del fitness e del nome singolare del centro (da pag. 16). E poiché si sa che la storia si riflette sul presente, la redazione della FITNESS TRIBUNE ha preso in esame la catena culto di centri fitness Gold's Gym, che presto aprirà la sua prima filiale anche

in Svizzera. Lasciatevi ispirare da questa grande storia di successo da pagina 12.

Accanto ai nostri editorialisti di lunga data, Edy Paul (da pag. 58) ed Eric-Pi Zürcher (da pag. 60), abbiamo il piacere di dare il benvenuto in questo numero a un nuovo volto, Giusi Verre. D'ora in poi, nelle pagine della FITNESS TRIBUNE racconterà la sua quotidianità nel campo del fitness e della salute dispensandovi, cari lettori, importanti consigli pratici per incrementare il successo. Leggete la prima rubrica di Giusi Verre a partire da pagina 62.

Allo stesso tempo, come in ogni numero, siamo lieti di presentarvi articoli specialistici informativi e di alta qualità in relazione alle più recenti conoscenze mirate alla gestione del vostro centro. Ad esempio, Karsten Hübner sottolinea l'importanza di una gestione ottimale della rigenerazione per ottenere la miglior riuscita possibile nell'allenamento (da pag. 64). Su questa scia, Harald Gärtner presenta nel suo articolo raccomandazioni di allenamento basate sull'evidenza, che permettono una buona crescita muscolare. Nel suo intervento «Viel mehr als nur ein Trend» (Molto più di una semplice tendenza), Robert Winzenried illustra come si possa attingere dalle scoperte della psicologia nutrizionale per ottimizzare il comportamento alimentare (da pag. 66).

Con queste informazioni aggiornate, le competenze scientifiche e la partecipazione ai «Dati chiave dell'economia svizzera del fitness», tutti noi possiamo dare il nostro personale contributo per promuovere l'accettazione nei confronti del nostro settore. Quindi, impegniamoci insieme!

In quest'ottica, auguriamo buona lettura.

FITNESS TRIBUNE



# De « champion caché » à secteur d'avenir reconnu

Notre secteur est capital pour la société et l'économie, même si nous sommes toujours largement sous-estimés, par les politiques notamment. Malgré les difficultés économiques de ces dernières années, qui nous ont posé de gros problèmes, le secteur du fitness et de la santé en Suisse est et demeure un marché en pleine croissance. Cela étant, en l'absence de données scientifiques solides, cette affirmation ne peut être acceptée comme un fait établi. C'est pourquoi il est dans l'intérêt de tous les acteurs du secteur de faire leur possible pour être mieux reconnus par la société, l'économie et la politique. Comment un exploitant de centre peut-il apporter sa contribution ?

Voici : Participez au sondage sur les « données clés de l'économie suisse du fitness 2023 » ! Afin de vous permettre de mieux comprendre cette étude et ses enjeux fondamentaux pour le secteur suisse du fitness et de la santé, nous vous proposons un entretien avec Reto Conrad, le président de swiss active, qui nous explique ces données clés, leur finalité et le déroulement du sondage. Cet entretien est disponible dans son intégralité à partir de la p. 22.

Les derniers résultats du sondage réalisé auprès d'adhérents et de non-adhérents par la Prof. Dr. Sarah Kobel fournissent des pistes d'actions concrètes à consulter à partir de la p. 44.

Au-delà des chiffres, des données et des faits, ce sont bien sûr des hommes et des femmes qui confèrent son caractère unique à notre secteur. Nous avons donc interrogé Yvonne Schleiss, l'exploitante de BEAT Premium Training, entre autres sur sa conception toute particulière du fitness et sur le nom singulier de son centre (à partir de la p. 16). Chacun sait que le passé détermine le présent. Aussi, la rédaction de FITNESS TRIBUNE s'est penchée sur Gold's Gym, la chaîne

culte, qui ouvrira bientôt sa première salle en Suisse. Découvrez la passionnante success story d'un centre de fitness à partir de la p. 12.

Pour cette édition, outre Edy Paul (à partir de la p. 58) et Eric-Pi Zürcher (à partir de la p. 60), nos chroniqueurs de longue date, nous accueillons un nouveau venu : Giusi Verre. Dès cette édition de FITNESS TRIBUNE, il nous parlera de son quotidien dans le secteur du fitness et de la santé et vous donnera, chères lectrices et chers lecteurs, des conseils pratiques pour être encore plus performants. Vous trouverez la première chronique de Giusi Verre à partir de la p. 62.

Comme dans chaque édition, nous avons le plaisir de vous présenter des contenus informatifs, actuels et de qualité pour votre centre. Karsten Hübner vous parlera ainsi de l'importance d'une récupération optimale pour un entraînement au top (à partir de la p. 64). Harald Gärtner, quant à lui, vous donnera des conseils d'entraînement éprouvés pour une bonne prise de masse musculaire. Dans son article scientifique « Bien plus qu'une tendance », Robert Winzenried vous expliquera comment exploiter les découvertes de la psychonutrition pour optimiser son régime alimentaire (à partir de la p. 66).

Avec ces informations actuelles, le savoir-faire scientifique et votre participation aux « données clés de l'économie suisse du fitness », nous pouvons tous contribuer à la reconnaissance de notre secteur. Faisons le donc, ensemble !

Sur ce, nous vous souhaitons une bonne lecture.

Votre FITNESS TRIBUNE

**INSERENTENVERZEICHNIS**

ACISO	71
ACTIV FITNESS / movemi AG	3
best4health / InBody	81
BESTWIPES / RKS	32–33
Deutsche Sportakademie	87
DHfPG	57
EGYM	51
FIBO / RX Deutschland GmbH	2
Fimex Distribution AG	96
Fit Interiors	91
Gym80	53
GYM LOVERS	55
HIMTEC / Raiser	93
Jobform GmbH	1
milon	39
Morgenroth	92
Mountain Move	24–25, 83
Myzone	95
Neogate	4
Porsche Zentrum Zürich	14–15
QualiCert	79
Qualitop	49
SAFS	19, 47, 75
seca	21
sidea	11
Soledor	29
Starpool	94
Verre Consulting	85

# DESIGN FIRST.



SCHWEIZ  
**FIMEX**  
distribution ag

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

# fit interiors

## MESSE- & EVENTTERMINE

### Schweiz

**30. März bis 1. April 2023**

Mountain Move Fitness Days Netzwerktreffen, Grindelwald

**26. Mai 2023**

BranchenTag, Bern

**15. bis 17. Juni 2023**

Mountain Move Beauty Days Netzwerktreffen, Gstaad

**8. bis 15. September 2023**

SAFS FITNESS & PARTY CAMP, Kreta

**9. bis 10. September 2023**

FitnessExpo, Zürich

**22. September 2023**

Schweizer Abend, Wädenswil

**20. bis 22. Oktober 2023**

Mountain Move Physio Days Netzwerktreffen, Gstaad

**24. bis 27. November 2023**

Mountain Move Cruise Edition, Basel/Strassbourg

### International

**13. bis 16. April 2023/13. bis 15. April 2023**

FIBO/FIBO Congress, Köln

**1. bis 4. Juni 2023**

Rimini Wellness 2023, Rimini

**6. bis 7. Oktober 2023**

Aufstiegskongress, Mannheim

## SCHULEN & VERBÄNDE



[www.dhfgp-bsa.de](http://www.dhfgp-bsa.de)



[www.dssv.de](http://www.dssv.de)



[www.hws.ch](http://www.hws.ch)



[www.klubschule.ch](http://www.klubschule.ch)



[www.qualicert.ch](http://www.qualicert.ch)



[www.safs.com](http://www.safs.com)



[www.sfgv.ch](http://www.sfgv.ch)



[www.sptv.ch](http://www.sptv.ch)



[www.star-education.ch](http://www.star-education.ch)



[www.swisspraevensana.ch](http://www.swisspraevensana.ch)



[www.update-akademie.ch](http://www.update-akademie.ch)

Anzeige



## Optimal Schutzbelag

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

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

**Spezialbeläge**  
**morgenroth**

Prospekte und Preise unter: [www.sportbelag.eu](http://www.sportbelag.eu)  
> 13. Optimal-Schutzbelag

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

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



WE MAKE FLEXIBLE

# HIMTEC Rückentrainer

Swiss made 

Besuchen Sie uns im neu eröffneten Showroom

HIMTEC AG  
Steinbrunnengasse 3a  
5707 Seengen



HIMTEC.COM  
Swiss made 

Online Besuchstermin reservieren  
oder  
Tel. 062 772 02 55



[www.jobfitness.ch](http://www.jobfitness.ch)

**Verlags- und Anzeigenadresse:**

**Fitness-Experte AG**  
 Blumenhalde 10  
 6010 Kriens - Schweiz  
 Tel. +41 79 523 72 95  
[fitnesstribune@bluewin.ch](mailto:fitnesstribune@bluewin.ch)  
[www.fitnesstribune.com](http://www.fitnesstribune.com)

**Chefredaktor und Herausgeber:**  
 Roger Gestach

**Textredaktion und Administration:**  
 Fitness-Experte AG

**Anzeigenverwaltung für Deutschland, Österreich und die Schweiz:**

Fitness-Experte AG  
 Tel. +41 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

**© 1988-2023 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 2023			
Ausgabe:	Einsendeschluss für Redaktion:	Einsendeschluss für Anzeigen:	Erscheinungsdatum:
Nr. 202, April/Mai 2023 (FIBO-Ausgabe)	22.02.2023	08.03.2023	2. Woche April 2023
Nr. 203, Juni/Juli 2023	03.05.2023	17.05.2023	3. Woche Juni 2023
Nr. 204, August/September	28.06.2023	12.07.2023	3. Woche August 2023

Anzeige

# IHR PARTNER FÜR SPA UND WELLNESS



wellness concept



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

## Körperliche Aktivität



## Ausgaben im Fitnessstudio



## NPS-Bewertung



## Mitgliederbindung



 MIT MYZONE

 OHNE MYZONE

# WIE MACHEN WIR DAS?

Jetzt FIBO Termin sichern.



# 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](https://technogym.com/fitnesstribune)

**TECHNOGYM®**