

12

«BERÜHRENDES» KONZEPT

Personal Trainer
Stephan Schneider
im Interview

20

BLICK HINTER DIE KULISSEN

Potenziale und
Herausforderungen eines
Showrooms

40

MEKKA DER ZUSATZLEISTUNGEN

Mehrwerte und Grenzen
im Merkur Gym



ONYX – TRAINING IN VOLLENDETER FORM

an experience for the senses

EGYM

SMART SMARTER GENIUS

Fitness wie nie zuvor.

Mach dich bereit für eine neue Ära der EGYM Experience.



Freddy Mora +41 (0) 79 123 58 33 | freddy.mora@egym.com
Daniel Holsträter +41 (0) 79 360 10 13 | daniel.holstraeter@egym.com
EGYM | Rüssenstrasse 12 | 6340 Baar



Kinder, wie die Zeit vergeht, wenn man sich amüsiert!

Dieses leicht abgewandelte Zitat aus einem der populärsten Jugendfilme der Zweitausender trifft wohl den Nagel auf den Kopf: Wie oft vergisst man im Studio zwischen Bankdrücken und Hip Thrust die Zeit. Man fühlt sich wie damals als Kind, als man zwischen Rutsche und Schaukel Stunden um Stunden verbrachte. Bedauerlicherweise verbringen Kinder aber immer weniger Zeit mit rennen und toben. Die Folge: Die Zahl übergewichtiger und adipöser Kinder steigt und psychische Erkrankungen nehmen zu.

Fitnesscenterbetreiber können die Lösung für dieses Problem bieten und sich eine neue Zielgruppe erschliessen: Kinder. Wie es genau um die Gesundheit von Kindern steht und was die Ursachen dieser negativen Entwicklung sind, haben wir Ihnen ab Seite 24 zusammengetragen – inklusive eines Kurzinterviews mit Kathi Fleig, die bewusst auf Angebote für Kinder in ihren David Gyms setzt. Spannende Impulse zur Zielgruppe Kinder bietet auch der Fachartikel von Cornelia Müller ab Seite 90.

Diese Zielgruppe hat auch Martina Winkler vom Merkur Gym Graz für sich entdeckt. Mit diesem Studio investiert die Merkur Versicherung, die zweitgrösste Krankenversicherung in Österreich, aktiv in unsere Zukunftsbranche! Welche Vorteile und Herausforderungen das unumstössliche «Mekka der Zusatzleistungen» mit sich bringt, lesen Sie ab Seite 40.

Keine Zusatzleistungen, dafür aber ein ganz besonderes Personal Training bietet der sehbehinderte Stephan Schneider. Nur durch gezielte Berührungen erkennt er z. B. notwendige Bewegungskorrekturen oder die muskuläre Anstrengung. Was seine Kundschaft von diesem «berührenden Training» hält und wie er sich dies beigebracht hat, erfahren Sie u. a. ab Seite 12.

Um das Persönliche, das Individuelle geht es auch im gym80 Showroom in Zürich-Schlieren. Dort realisiert Hanspeter Rubner eine Geräteausstellung, die sich zwischen Praktikabilität, Individualität und Design bewegt. Wir haben mit ihm über den vielfältigen Nutzen eines Showrooms, die Rückkehr zur FIBO und das Event «Kraft trifft Kunst» gesprochen, mehr dazu ab S. 20.

Fast schon künstlerisch mutet auch das Jungle Gym in Tulum an. Das kleine Gym direkt am Strand der karibischen Küste

von Yucatán wurde schon längst von Influencern aller Länder entdeckt und buchstäblich überrannt. Doch was macht das Jungle Gym so «instagramable» und bietet sein Erfolg mögliche Inspirationen für die hiesige Centerpraxis? Darüber haben wir mit Personal Coach Marco Hirsiger gesprochen, der bereits selbst an diesem «Place to be» trainiert hat (ab S. 50).

Die Eckdatenstudien der DACH-Region zeigen keinen «Place to be», aber sie weisen auf, wie sich die Branchen im vergangenen Jahr entwickelt haben und ob sie sich von Corona tatsächlich langfristig erholen werden. Die Befragungen zur Schweiz und Österreich sind aktuell in der Auswertung, während die deutschen Eckdaten am 20. März vorgestellt wurden – lesen Sie mehr auf den Seiten 30, 46 sowie 60.

Zum Schluss empfehlen wir wie immer wärmstens die Lektüre der Fachartikel dieser Ausgabe. Erfahren Sie in Robert Winzenrieds Artikel mehr über die Ernährung bei Leistungssportlern und Fabian Graf verrät, wie Fitnesscenter Energie sparen können.

Und sicherlich denken Sie auch nach dieser Ausgabe: Kinder wie die Zeit vergeht, wenn man sich amüsiert! Wir sehen uns auf der FIBO!

Viel Spass beim Lesen
Ihre FITNESS TRIBUNE

Anzeige



**Kraftsportplatten
Universal-Puzzle**

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

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

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

SPEZIAL-BELÄGE
morgenroth

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

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

HIGHLIGHTS DIESER AUSGABE



Stephan Schneider: Personal Trainer mit einzigartigem Konzept

12



Hanspeter Rubner über die Möglichkeiten und Grenzen eines Showrooms

20



Merkur Gym: Martina Winkler im Interview

40

Anzeige

neogate

Zutrittskontrolle

Bezahlsysteme

Schrankschlösser

RFID-Datenträger



Ihr Digitalisierungspartner

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

Offizielle CH-Vertretung für

Gantner

INHALTSVERZEICHNIS

SCHWEIZ

Matrix: Onyx – an experience for the senses	6
Technogym: Fitnesscenter mit klarem Qualitätsanspruch	8
Les Mills: Tanzen als Fitness begreifen	10
Stephan Schneider: Personal Training, das «berührt»	12
gym80 Showroom: Potenziale, Vorteile, Herausforderungen	20
HealthExpo: DER Gesundheitserlebnistag	22
Zielgruppe Kinder: ungeahntes Potenzial für Center	24
Weiterbilden in der Schweiz: SAFS-Absolventin im Interview	28
«Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2024»	30
swiss active News	32
Swiss News	34

ÖSTERREICH

Merkur Gym: Das «Mekka der Zusatzleistungen»?	40
«Eckdaten der Fitnesswirtschaft Österreich 2024»	46
Austria News	48

INTERNATIONAL

Tulum Jungle Gym: «Instagramable» um jeden Preis?	50
FIBO und FIBO Congress: der Countdown läuft	56
«Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft 2024»	60
International News	62

KOLUMNE

Edy Paul	68
Eric-Pi Zürcher	70
Detlef H. Hubbert	72

KNOW-HOW

Fachartikel Ernährung für Leistungssportler	74
Fachartikel Nachhaltigkeit im Fitnesscenter	78
Fachartikel Gesundheitsförderung durch Gruppenfitness	82
Fachartikel Suchmaschinenoptimierung	86
Fachartikel Fit Kids oder Couch-Potatoes	90
Health News	94
Education News	96
Dual studieren in der Schweiz	98
Media News	100

Svizzera italiana	102
Suisse romande	103
Inserenten und Unternehmen	104



«Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2024»

30



Tulum Jungle Gym: Zwischen Insta-Hype und Trainingsalltag

50



Eckdaten Deutschland: Bedeutung der Ergebnisse für die Schweiz

60

IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG!

Nehmen Sie bis zum 1. Juni 2024 an unserer Leserumfrage teil und gewinnen Sie das Buch «OUTLIVE» von Dr. Peter Attia (mehr zum Buch auf S. 100)!



Einfach QR-Code scannen oder Link nutzen:

bit.ly/umfrage_ft_208

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

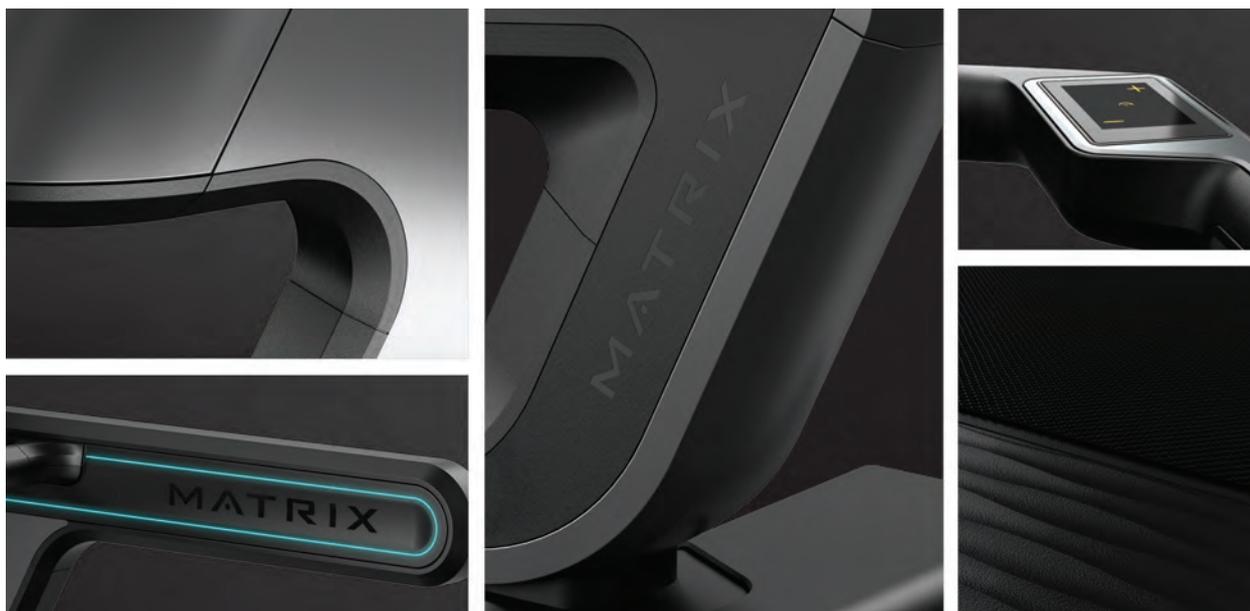
ONYXX
by MATRIX



AN EXPERIENCE FOR THE SENSES

Nichts unterstreicht Bewegung besser als Onyx. Vom ersten Anblick, dem Kontakt der Fingerkuppen bis zum Gefühl unter den Füßen ist jede Interaktion aussergewöhnlich und unvergleichlich. Wer das Beste sucht, findet es mit Onyx.

Fotos: Johnson Health Tech Schweiz GmbH



TRAINING IN VOLLENDETER FORM

Die neue State-of-the-Art-Kollektion, bestehend aus Laufband, Ascent Trainer, ClimbMill, Upright und Recumbent Bike verbindet erstklassige Materialien, elegante Linien, und makellos glatte Oberflächen mit einem Hauch von Licht, um die Sinne zu beleben.

STILVOLLER PURISMUS

Die handwerkliche Präzision der Onyx Kollektion schafft eine harmonische und stilvolle Präsenz in den exklusivsten Trainingsbereichen. Klare Linien und sanfte Formen fesseln das Auge und schmeicheln den Fingerspitzen.

RAFFINIERTE DETAILS

Sorgfältig eingesetzte Texturen unterstreichen den Stil der Onyx Kollektion. Gleichzeitig gewähren sie den optimalen

Schutz der Produkte. Der hochauflösende, elegante Touchscreen bildet die perfekte Basis für ambitioniertes Training – vom Anfang bis zum Ende.

INTERAKTIVE TOUCH CONTROLS

Durch fühlbares Feedback der interaktiven Touch Controls entsteht eine einzigartige Verbindung zwischen Mensch und Maschine.

FACILITY CONCIERGE

Exklusive Kunden erwarten exzellenten Service. Daher verfügen Onyx Konsolen über die Concierge-Taste, um auf Knopfdruck qualifiziertes Personal zu kontaktieren. ■

Mehr unter: <https://onyx.matrixfitness.com>

HERAUSRAGEND, FASZINIEREND & EINZIGARTIG



ON Y X K O L L E K T I O N



Select Fit in Ettingen

Boutiquestudio mit klarem Qualitätsanspruch

Als das Fitnesscenter, in dem Linus Maillard arbeitete, verkauft wurde, entschloss sich der 28-Jährige ebenfalls etwas Neues zu wagen. Ende Januar eröffnete er das Select Fit in Ettingen und spricht mit seinem Boutiquekonzept primär Personen mit orthopädischen Herausforderungen sowie Senioren an.

FITNESS TRIBUNE: Wie beschreibst du das Select Fit?

Linus Maillard: Unser 130 Quadratmeter grosses Studio ist ein Gesundheitskompetenzcenter vor allem für Menschen mit Lebensstilerkrankungen oder orthopädischen Schwierigkeiten wie Kniegelenk-, Hüftgelenk- oder Rückenproblemen. Unser Training ist auf gezielte Kraftübungen von ca. 30 bis 40 Minuten ein- bis zweimal pro Woche ausgerichtet. Entsprechend dieser Ausrichtung liegt unser Altersdurchschnitt bei 47,5 Jahren, auch wenn grundsätzlich alle herzlich willkommen sind. Ich arbeite auch schon daran, das Konzept auf weitere Standorte auszubauen, da die Nachfrage nach dienstleistungsorientierten Anbietern immer grösser wird.

Wie waren also die ersten Wochen seit eurer Eröffnung?

Obwohl wir in Ettingen direkt nach der Eröffnung Fastnacht hatten und entsprechend viele mit feiern beschäftigt waren, ist es gut angelaufen. Ich habe mit 130 Mitgliedern eröffnet und nach drei Wochen sind wir schon bei über 140 Mitgliedern [Anm. d. Red.: Das Interview wurde am 26. Februar 2024 geführt].

Eure Zielgruppe ist wegen Vorerkrankungen anspruchsvoller. Wie gewährleistet ihr die Dienstleistungsqualität?

Wir konzentrieren uns besonders auf eine Eins-zu-eins-Betreuung und eine sehr familiäre und professionelle Atmosphäre. Bei der Geräteausstattung habe ich mich bewusst einzig für Technogym entschieden. Die Marke steht für modernes Design, hohen Wiedererkennungswert und Qualität – und ich finde sie sehr sympathisch. Ich teile auch ihre Werteanzeige, besonders was Nachhaltigkeit angeht. Geht etwas kaputt, gibt es Ersatzteile und eine gute Lieferkette. Da zahlt es sich aus, wenn der Hersteller in Italien und nicht in China oder sonst wo sitzt.

Welche Hersteller waren noch interessant für dich?

Es gab keine andere Option. Technogym unterstützt einfach unternehmerisch auf ganzer Linie: vom stimmigen und hochwertigen Gerätekonzept, das von A bis Z durchorganisiert ist, über den Support durch eine konkrete Ansprechperson, die sich auch über Jahre nicht ändert, bis hin zum umfassenden und topaktuellen Marketingmaterial, wie Videos und Fotos. Letztere waren vor allem zu Beginn meiner Selbstständigkeit ein Segen, weil ich direkt Werbung machen konnte, ohne viel Zeit und Geld investieren zu müssen.

Was macht Technogym zum Ausstatter für die Zukunft?

Die Gerätelinien werden nicht alle zwei Jahre ausgetauscht, sondern sind langfristig im Sortiment. Das gibt mir eine grosse Investitionssicherheit. Ausserdem setzt Technogym natürlich auch auf Digitalisierung, was z. B. die Vernetzung der Geräte angeht. Auch die Mywellness App schafft riesige Potenziale für mehr Umsatz, Kundenbindung und eine verbesserte Studioorganisation. Das ist alles einfach mega cool und macht Technogym klar zum einzigen Gerätehersteller für mich! ■

www.technogym.ch

Linus Maillard (28) kam als jugendlicher Baseball- und Eishockeyspieler in Kontakt mit der Fitnessbranche. Das Training und der Trainer prägten ihn so sehr, dass er von 2012 bis 2015 eine Ausbildung in der Fitnessbranche absolvierte. Mit diversen Weiterbildungen baute er sein Fachwissen weiter aus und eröffnete am 29. Januar 2024 sein eigenes Fitnesscenter, das Select Fit, in Ettingen.

www.selectfit.ch



Fotos: Select Fit

**SAVE
THE DATE**

Veranstalter

SOLEDOR®

SAFS
SWISS ACADEMY OF FITNESS & SPORTS

**06.09.
2024**

**SCHWEIZER
FITNESS ABEND**

**HALBINSEL AU
ZÜRICHSEE**

LES MILLS



Dance-Workouts im Trend

Dance-Trend als Chance sehen

Angesichts der viralen Verbreitung von Dance-Clips auf Social Media sind Dance-Workouts wieder voll im Trend. Ein gut durchdachtes Dance-Programm kann erstaunliche Ergebnisse erzielen und eine lebendige, hochmotivierte Community von Mitgliedern aufbauen, die sowohl im Kursraum als auch auf Social Media für Stimmung sorgen und gern Freunde mitbringen.

Die Verbindung von Dance-Fitness mit Social-Media-Plattformen wie TikTok unter dem Hashtag #FitTok hat zur erneuten Popularität von Dance-Workouts geführt. Durch die Viralität von TikTok-Clips können Fitnesscenter eine breite Zielgruppe erreichen und potenzielle Mitglieder auf sich aufmerksam machen. Die Anziehungskraft von TikTok liegt in seiner Fähigkeit, Trends schnell zu verbreiten und Millionen von Nutzern zu erreichen. Das zeigt der Hashtag #dancefitness, der auf eine Milliarde Views zusteuert. Indem Fitnesscenter Inhalte erstellen, die den aktuellen Trends entsprechen und den Unterhaltungswert von Dance-Workouts aufgreifen, können sie ihre Reichweite erhöhen und neue Mitglieder gewinnen.

Generation Z:

Die Dominanz des Tanzens auf TikTok ist darauf zurückzuführen, dass die Generation Z (Gen Z) einfach nicht genug davon bekommen kann. Somit ist sie eine äusserst wichtige Zielgruppe für Fitnesscenter, gerade Dance-Workouts bieten eine hervorragende Möglichkeit, ihr Interesse zu wecken.

Der Bericht «Generation Z im Fokus» (Les Mills, 2023) – die bislang umfassendste weltweite Studie zu den Fitnessgewohnheiten der Gen Z – zeigt, dass 81 Prozent der Gen-Z-Mitglieder, die Fitnesscenter besuchen, Gruppenfitnesskurse bevorzugen und die Gruppenenergie sowie das Training zu mitreissender Musik als entscheidende Faktoren betrachten. Dennoch nehmen nur 23 Prozent von ihnen derzeit an Dance-Formaten teil. Das bedeutet, dass hier noch erhebliches Potenzial besteht, um die Herzen der Gen Z mit hochwertigen Dance-Workouts zu erobern.

Allein in den USA nutzen 48 Millionen der Gen Z TikTok. Durch die Recherche der beliebtesten Hashtags und die Erstellung von Inhalten, die ihren Werten entsprechen, können Fitnesscenter diese Plattform nutzen, um sie effektiv zu erreichen. Darüber hinaus bietet dies die Möglichkeit, die Glaubwürdigkeit eines Fitnesscenters und seines Kursangebots hervorzuheben, um Vertrauen aufzubauen – ein grosser Vorteil angesichts der weitverbreiteten Fehlinformationen, die im Internet kursieren.

Einstiegs-Workout:

Eine zentrale Erkenntnis aus dem Bericht «Generation Z im Fokus» von 2023 war, dass die Hälfte der Gen Z gern regelmässig trainieren würde, jedoch Unterstützung beim Einstieg benötigt. Um diese bisher unerschlossene Zielgruppe anzusprechen, ist es entscheidend, zu verstehen, welche Barrieren sie daran hindern, mit dem Training zu beginnen. Von denjenigen, die derzeit keinen Sport betreiben, bevorzugen 68 Prozent den Einstieg ins Training von zu Hause aus. Daher sind hochwertige digitale Trainingslösungen unverzichtbar. Der Respekt vor dem «Gang» in ein Fitnesscenter stellt eine weitere bedeutende Hürde für den noch unerschlossenen Generation-Z-Markt dar. Dance-Workouts bieten sich als ideale Lösung an, um Anfängern die anfängliche Angst zu nehmen. Von den Mitgliedern der Gen Z, die aktuell keinen Sport treiben, geben 41 Prozent an, gern zu guter Musik zu trainieren, 38 Prozent schätzen die Energie einer grossen Gruppen, und 31 Prozent

lassen sich gern von Trainern anleiten. Dies legt nahe, dass Dance-Fitness optimal sein könnte, um diese Zielgruppe anzusprechen. Somit ist die Gen Z eine wichtige Zielgruppe für Fitnesscenter, da sie eine grosse Kaufkraft besitzt und Fitness als integralen Bestandteil ihres Lebens betrachtet. Tanzinhalte sind besonders attraktiv für die Gen Z, da sie sich stark mit Popkultur und aktuellen Trends identifiziert. Fitnesscenter können diese Vorliebe nutzen, indem sie hochwertige Dance-Workouts anbieten, die die Bedürfnisse und Präferenzen dieser Zielgruppe ansprechen. Die Schaffung einer dynamischen und motivierenden Umgebung gepaart mit energiegeladener Musik und sozialen Interaktionen kann dazu beitragen, die Bindung der Gen Z an Fitnesscenter zu stärken und ihre Mitgliedschaften zu fördern.

Mitgliedergewinnung:

Dance-Workouts haben das Potenzial, eine vielfältige Palette von Mitgliedern anzusprechen, unabhängig von Alter, Fitnesslevel oder Erfahrung. Studien zeigen, dass wir zum Tanzen geboren sind. Experten zufolge sind Babys mit einer Anlage zum rhythmischen Bewegen als Reaktion auf Musik geboren (Zentner & Eerola, 2010).

Aufgrund der Vielseitigkeit von Dance-Workouts, die es ermöglicht, verschiedene Tanzstile und Musikgenres zu integrieren, können Fitnesscenter ihre Attraktivität für eine breite Zielgruppe erhöhen. Darüber hinaus bieten Dance-Workouts eine flexible Trainingslösung, die es Fitnesscentern ermöglicht, ihre Angebote an verschiedene Standorte und Umgebungen anzupassen. Von Indoor-Kursen in Fitnesscentern bis hin zu Outdoor-Events in Parks oder öffentlichen Plätzen können Dance-Workouts dazu beitragen, das Interesse an Fitnesscentern zu erhöhen und neue Mitglieder zu gewinnen.

Insgesamt bieten Dance-Workouts eine einzigartige Möglichkeit für Fitnesscenter, ihr Angebot zu erweitern, neue Zielgruppen anzusprechen und ihr Wachstumspotenzial zu maximieren. Durch die Integration von aktuellen Trends, die Berücksichtigung der Bedürfnisse der Mitglieder und die Schaffung einer unterstützenden und motivierenden Umgebung können Fitnesscenter ihre Position in der Fitnessbranche stärken und langfristigen Erfolg sicherstellen. ■



Marina Vogel

Marina Vogel ist bei der Swiss Academy of Fitness and Sports (SAFS) leitend im Team Marketing & Event tätig. Ebenso ist sie verantwortlich für das Les Mills Marketing in der Schweiz.

Literaturliste

Les Mills. (2023). GEN Z Fitness: Cracking the code. Zugriff am 06.02.2024. Verfügbar unter <https://www.lesmills.com/us/gen-fit-training/>

Zentner, M. & Eerola, T. (2010). Rhythmic engagement with music in infancy. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 167 (13), 5768–5773.



Coach Schneider

PERSO DAS B BERÜH



Fotos: Coach Schneider

PERSONAL TRAINING, WACHSTÄBLICH HART

«Es geht nicht, dass ein sehbehinderter Junge sportlich aktiv ist. Es geht nicht, dass ein sehbehinderter Mann mit Anfang 40 umschult, ausgerechnet zum **Fitnesstrainer**. Es geht nicht, dass er damit in einem der renommiertesten Studios in der Schweiz erfolgreich ist.» Doch, es geht! Und das beweist **Stephan Schneider**, der seit mittlerweile fünf Jahren Personal Trainings in den David Gyms in Zürich anbietet und seine ganz eigene, aber umso bemerkenswertere Art des Personal Trainings entwickelt hat.



ÜBER DEN INTERVIEWPARTNER:

Stephan Schneider hat bereits im Alter von 16 Jahren mit dem Krafttraining angefangen und wollte damit zunächst nur sich und sein Selbstvertrauen stärken. Mit den Jahren wurde aus dem Hobby eine Passion, die ihn zum Bodybuilder machte. Letztlich führte ihn diese Leidenschaft auch zu dem Schritt, mit 41 Jahren eine ganz neue berufliche Richtung einzuschlagen. Mit der Unterstützung und Förderung von Kathi Fleig, der Inhaberin der drei David Gyms in Zürich, nahm er an einer Vielzahl von SAFS-Kursen teil und bildete sich zum Personal Trainer weiter. Fünf Jahre später hat er sich und sein Angebot in den David Gyms etabliert und sich einen sehr treuen Kundenstamm aufgebaut. Dabei immer mit an seiner Seite: sein Freund und Führhund Jack.

www.coachschneider.ch

FITNESS TRIBUNE: Stephan, wie würdest du den Beruf Personal Trainer beschreiben?

Stephan Schneider: Ich selbst mache seit 25 Jahren Bodybuilding und versuche immer, meinen Kunden mein Wissen weiterzugeben und ihnen den Weg zum Erreichen ihrer Ziele aufzuzeigen – gehen müssen sie den Weg dann aber selbst.

Letztlich geht es beim Personal Training aber nicht nur darum, den Körper zu stärken, sondern dem Kunden zu helfen, seinen Geist, sein Selbstbewusstsein und sein Selbstvertrauen zu stärken. Viele brauchen auch die Motivation zum regelmässigen Training.

Weil ich nur drei bis vier Prozent Sehvermögen habe, musste ich in meinem Leben immer ein bisschen mehr geben als andere. Und diese Einstellung, dass alles geht, wenn man es nur möchte, vermittelte ich auch meinen Kunden. Sie sehen an mir als Personal Trainer mit Handicap, dass sie ihre Ziele erreichen können, wenn sie es nur wollen. Das ist auch der Punkt, der mir solche Freude bereitet: Ich sehe, wie sich Ergebnisse einstellen, wie sich die Kunden im positiven Sinne körperlich und geistig verändern – wie sie selbstbewusster werden. ▶



Welche Zielgruppe möchtest du mit deinem Fitnessstraining ansprechen?

Meine jüngste Trainierende ist 24, meine älteste ist 74 Jahre alt. Jede Kundin, jeder Kunde ist anders, hat eine andere Vorgeschichte, verfolgt ein anderes Ziel.

Ich kenne meine Kundschaft sehr gut und weiss genau, was sie braucht und wie sie trainieren muss. Aber ich arbeite nicht mit konkreten Trainingsplänen. Im Personal Training geht es viel um Individualität und das in jeder einzelnen Einheit – wie hast du geschlafen? War es ein stressiger Tag? Hast du privat viel um die Ohren?

Deswegen arbeite ich sozusagen «freestyle», um auf ihre Bedürfnisse jedes Mal aufs Neue eingehen zu können. Vielleicht kommen sie also genervt und unmotiviert zu mir, aber nachdem sie meinen Führhund Jack gestreichelt und mit mir trainiert haben, gehen sie mit einem guten Gefühl nach Hause.

Es gibt aber auch Zielgruppen, die ich bewusst nicht annehme. Dazu gehören Bodybuilder sowie Wettkampfsportlerinnen und -athleten. Deren Training unterscheidet sich massgeblich vom gesundheits- oder fitnessorientierten Training. Dazu ist spezifisches Know-how notwendig, das ich einfach nicht habe. Auch wenn ich selbst Bodybuilder bin, ist das Coaching natürlich etwas ganz anderes.

Inwiefern unterscheidet sich dein Training von dem anderer Personal Trainer?

Ich habe immer Körperkontakt zu meiner Kundschaft. Weil ich sie eben nicht durch reines Zusehen korrigieren kann – das würde ich nämlich schlichtweg nicht erkennen –, fasse ich sie immer an der für die Übung entscheidenden Körperstelle an. Allein mithilfe meiner Berührung kann ich auch abschätzen, ob mein Kunde noch mehr Gewicht packt, ob noch eine Wiederholung mehr geht. Auch wenn Korrekturen notwendig werden, spüre ich das. Bei Kniebeugen z. B. gehe ich bei Männern unter die Schultern, bei Frauen an die Hüfte. Die Leute spüren, dass ich sie nicht streichle, sondern zupacke (lacht). Berührungssängste gab es dabei bisher auf keiner Seite.

Die meisten Trainer schauen zu und sagen dir, wie du die Übung ausführen sollst, machen sie noch ggf. vor, aber sie arbeiten sozusagen nicht direkt am Mann bzw. an der Frau. Dadurch spüren sie nicht, wie der ganze Körper reagiert und viele Möglichkeiten bleiben meiner Meinung nach auf der Strecke. Bei dieser taktilen Korrektur ist es sehr wichtig, dass man den Trainierenden erklärt, was man tut und warum. Weil man ihnen so nah kommt, müssen sie sich auch wohl fühlen. Da ich aber im David Gym bekannt bin und die Leute wissen, wie ich meine Trainings durchführe, hatte ich noch nie Probleme.

Kommen dann auch Frauen zu dir? Und wie bist du generell ausgelastet?

Ja, auch Frauen stören sich nicht an dem Training, weil ich es vorher erkläre bzw. meine Vorgehensweise bekannt ist. Bei mir trainieren aktuell acht Frauen und vier Männer.

Die Anzahl der Trainings pro Woche schwankt immer ein wenig. Da kommt es auch viel auf Ferien, Krankheitswelle usw. an. In der Regel sind es zwischen sechs und 13 Trainings pro Woche. Dabei ist es mir sehr wichtig, dass ich Zeit für meine Kundschaft habe und sie nicht einfach nur «abarbeite», weil der nächste schon auf seinen Termin wartet. Ausserdem bin ich immer noch aktiver Bodybuilder, brauche also selbst noch einige Trainings am Tag. Dazu kommt, dass auch mein Hund Jack, der immer Grossartiges leistet, ebenfalls noch seine Zeit braucht.

Meine Kundschaft ist mir in den vergangenen fünf Jahren treu geblieben und gewachsen. Sie vertrauen mir und meiner Expertise. Das merkt man auch daran, dass sie meine Hilfe bei Themen wie z. B. intermittierendes Fasten oder Schlaf in Anspruch nehmen wollen. Sollte ich dann etwas nicht wissen, dann sage ich das und gehe im Anschluss auf Kolleginnen und Kollegen zu, die sich besser in diesem entsprechenden Gebiet auskennen. Denn eines muss man sich schon eingestehen: Personal Trainer, die seit 25 Jahren dabei sind, haben sicherlich mehr Erfahrung als ich und das kann ich auch für mich nutzen.

Wie war die Anfangsphase deiner Tätigkeit als Personal Trainer? Wie haben die Menschen auf dieses «taktile Training» reagiert?

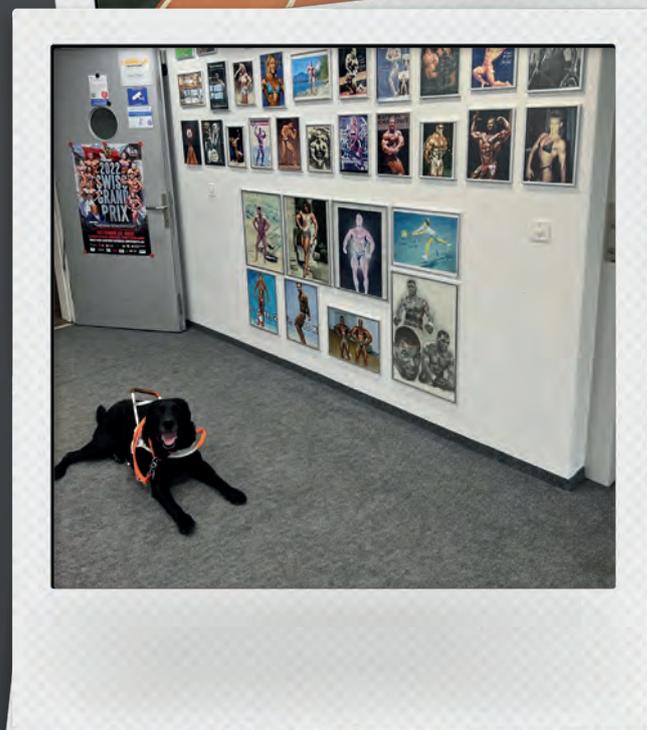
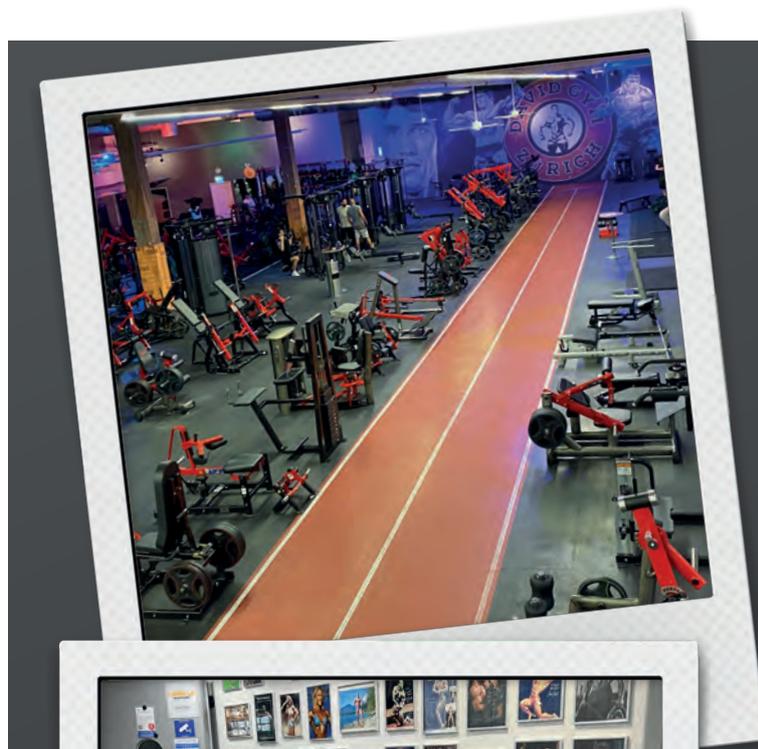
Ich hatte tatsächlich keine Startschwierigkeiten und musste auch keine Überzeugungsarbeit leisten. Ich trainiere in allen drei David Gyms seit mehr als 15 Jahren privat und entsprechend kennen mich die Leute auch – ich war und bin der mit dem Blindenhund bzw. bin ich der bunte Hund. Das mit dem Personal Training hat sich auch über die Jahre entwickelt. Erst habe ich viel allein trainiert, dann kamen Kolleginnen und Kollegen auf mich zu und wollten mit mir trainieren. Das nahm solche Ausmasse an, dass ich nach 14 Jahren meinen sicheren Job gekündigt und mich selbstständig gemacht habe. Werbung über Instagram, Facebook oder das David Gym musste ich nicht machen.

Generell bin ich immer freundlich und fröhlich, bin immer am Lächeln. Das ist super wichtig, gerade auch für potenzielle Kunden, weil man ihnen ein gutes Gefühl gibt, das dann auch zurückkommt. Es gibt viele Leute, die sich von den grimmigen Mienen ihrer Mitmenschen anstecken lassen, aber das sehe ich alles nicht. Ich sehe keine Nasen, keine Augen, keinen Mund. Ich sehe keine Gesichtsausdrücke. Also stört mich das nicht und ich kann die Leute anlächeln, egal, wie sie mich anschauen.

Wie hast du das denn geschafft, dieses taktile Training zu entwickeln?

Ich habe viele verschiedene Ausbildungen in unterschiedlichen Branchen abgeschlossen. Da hat meine Sehbehinderung nie eine Rolle gespielt. Ich hatte viele Hilfsmittel, die ich immer nutzen konnte. Ich habe aber auch das Glück, dass ich sehr gut übers Hören aufnehmen kann.

Neben der Theorie habe ich das Praktische aber vor allem auch von zwei anderen Personal Trainern mit über 20 Jahren ►



Erfahrung gelernt. Weil ich das Vormachen der Übung natürlich nicht sehen konnte, habe ich sie darum gebeten, mich anzufassen und mir so zu zeigen, worauf es bei der Bewegungsausführung ankommt.

Sie haben mich dann rein durch die Berührung in der Bewegung gehalten und korrigiert. So konnte ich dieses «berührende Personal Training» aufgrund meiner eigenen Erfahrungen entwickeln und verinnerlichen, worauf ich achten muss.

Das theoretische Wissen ist wichtig, aber man braucht die Kombination mit der Praxis, damit man auch eine qualifizierte Betreuung anbieten kann.

Gibt es Herausforderungen, denen sich sehende Personal Trainer womöglich nicht stellen müssen?

Ich trainiere privat seit Jahren in den drei David Gyms und gebe dort auch meine PT-Stunden. Ich weiss also genau, wo

der Beinstrecker ist, wo der Beinbeuger steht usw. In diesen Räumlichkeiten kann ich mich ohne Probleme bewegen. Würde ein Kunde oder eine Kundin nun in einem anderen Gym mit mir trainieren wollen, müsste ich mich ganz neu zurechtfinden. Ich müsste den Trainierenden fragen: «Siehst du irgendwo den Beinstrecker?» Entsprechend habe ich für mich entschieden, dass ich meine Personal Trainings nur in den David Gyms anbiete – dort, wo ich mich auskenne. Was ich auch anbiete, ist Outdoortraining wie Joggen oder Parcourstraining. Dann habe ich auch immer Jack dabei, der mir Orientierung gibt.

In diesem Aspekt habe ich es sicherlich etwas schwerer als ein sehender Personal Trainer, der einfach reingeht, sich umschaut und weiss, wo die Geräte stehen.

Glaubst du, dass deine Verbindung zu deinen Trainierenden intensiver ist, weil du sie berührst?

Nein, das würde ich nicht behaupten. Andere Personal Trainer wissen auch sehr wohl, was sie machen. Der Erfolg, würde ich sagen, ist genau gleich wie bei den anderen Trainern. Die intensive Verbindung zu meiner Kundschaft kommt einfach auch durch das intensive persönliche Gespräch – das ist aber im Regelfall bei allen Personal Trainern so. Die Kundinnen und Kunden vertrauen dir sehr viel an, weil du für sie eine Bezugsperson bist, die auch ausserhalb ihres sozialen Gefüges steht, und du entsprechend das Erzählte neutral bewerten kannst – ein bisschen wie ein Psychologe. Ich selbst habe mir auch eine entsprechende Schweigepflicht auferlegt. Stillschweigen ist das A und O für einen professionellen Trainer.

Gerade weil diese Betreuung so intensiv und individuell ist, biete ich bewusst auch keine kostenfreien Probestunden an. Die Kunden geben sich mehr Mühe, strengen sich mehr an, wollen alles rausholen, weil sie dafür bezahlen, und das vom ersten Training an. Dadurch wirkt meine Dienstleistung auch hochwertiger, weil ich sie nicht verschenke.

Ich frage auch am nächsten Tag bewusst bei meinen Kunden via WhatsApp nach, wie sie das Training fanden. Manchmal kommt dann ein «Ich hasse dich» zurück – ich weiss natürlich, wie es gemeint ist (lacht). Dieses Nachfragen zeigt aber, dass ich sie nicht nur während des Trainings wahrnehme und wertschätze.

Wie geht es für dich weiter?

Mein Ziel ist es auch in Zukunft, die Menschen dabei zu unterstützen, gesund und fit zu bleiben. Ich möchte ihnen helfen, Muskeln aufzubauen, Fett zu reduzieren, beweglicher zu werden und und und.

Das alles mache ich bereits seit fünf Jahren und hoffe, dass ich es auch die nächsten 20 Jahre bis zu meiner Pensionierung und vielleicht auch darüber hinaus machen kann. Denn ich sehe einfach keinen Grund, warum ich auch die nächsten Jahrzehnte keinen Erfolg haben sollte – getreu meinem Motto: «Geht nicht gibt's nicht.» ■

JACK

Stephan Schneider gibt es nur im Doppelpack mit seinem schwarzen Labradorrüden Jack. Der sechsjährige Führhund begleitet sein Herrchen überall hin, in die David Gyms zu Personal Trainings, zum Einkaufen oder zu Terminen und auch beim Outdoortraining ist die Fellnase immer mit dabei. Der kuschelige Vierbeiner sorgt dabei vor allem bei Stephans Kunden und den Studiomitgliedern für gute Laune, denn er freut sich über jede Streicheleinheit!

Jack ist mittlerweile bereits der vierte Führhund, der Stephan Schneider durch sein Leben begleitet. Die Hunde sind meist zwischen sieben und zehn Jahren als Führhunde aktiv, bis sie sozusagen in den wohlverdienten Ruhestand gehen.



MEHR ZEIT

FÜR DAS, WAS DU LIEBST!



Man kann als Unternehmer:in alles selber machen. Muss man aber nicht. Lass uns dir die Arbeit im Bereich Marketing abnehmen. Zum Beispiel On- und Offlinebewerbung für das Neukundengeschäft, konzeptioneller Content für Social Media und Homepage, Empfehlungsmarketing, die Einführung des Konzepts Jugendtraining, Teamschulungen – oder, oder, oder?

Entsprechend deinen Bedürfnissen schnüren wir für **DICH** ein individuelles Lösungspaket ganz ohne langfristige Vertragsbindung. Melde dich gerne, damit wir dich unterstützen können und du mehr Zeit hast für andere wichtige To-dos in deinem Studio!

Roger Zwingli, Inhaber Sportz Center Lachen:

„Mit der Trix haben wir einen starken Partner der uns sehr aktiv, zeitnah und kompetent unterstützt. Sie ist nicht nur ein externer Partner, sondern agiert wie jemand von uns, aus unserem Center. Wir sind froh, sie an unserer Seite zu haben und machen dank ihr stetig grosse Schritte nach vorne.“



FIBO SPECIAL

Egal, ob du an der FIBO vor Ort bist oder zuhause bleibst: In der Zeit vom 11. bis 14. April 24 kannst du dir **ausgewählte Angebote zu Sonderkonditionen** holen.

JETZT PROFITIEREN – UND MEHR ZEIT SPAREN!



ACISO Schweiz

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

AN EXPERIENCE



FOR THE SENSES



ONYX

MATRIX

📱 | matrixfitness.eu

Matrix - Johnson Health Tech. GmbH | Europaallee 51 | 50226 Frechen | Tel: +49 (0) 2234 9997 100



Hanspeter Rubner im Interview

Showroom – Potenziale, Vorteile und Herausforderungen

Wer ein Fitnessstudio mit Geräten einrichten möchte oder sich für die Neuheiten eines spezifischen Herstellers interessiert, der geht in einen Showroom. Der gym80 Showroom in Zürich-Schlieren stellt die Highlights der gym80-Geräte aus und ist auch ein Teil des etablierten Kunstevents «Kraft trifft Kunst». Wir haben mit Hanspeter Rubner u. a. über die Möglichkeiten und Grenzen eines Showrooms, aber auch über den Unterschied zu einer Messe wie der FIBO gesprochen.

FITNESS TRIBUNE: Lieber Hanspeter, warum setzen Fitnessgerätehersteller auf Showrooms? Welchen Stellenwert haben diese in der Kundenakquise?

Hanspeter Rubner: In einem Showroom kann sich ein Kunde oder eine Kundin zurückziehen, sich die Geräte ganz in Ruhe anschauen, ausprobieren und überlegen. In einem Gym, das sich im normalen Tagesbetrieb befindet, geht das natürlich eher weniger. Im gym80 Showroom in Zürich-Schlieren haben wir auf über 200 Quadratmetern etwa 60 verschiedene Farbmuster stehen sowie circa 60 bestickte Polstermuster. So können wir zeigen, was farblich machbar ist, und die Kundschaft muss es sich nicht vorstellen, sondern sieht es «live und in Farbe» vor sich. Zusätzlich zeigen wir auf Fernsehern den Entstehungsprozess der Geräte, damit unsere Kundschaft ein Gefühl dafür bekommt, wie viel Handarbeit in einem fertigen Fitnessgerät steckt.

Wer es dann ganz genau wissen will, der kann auch gemeinsam mit uns ins Gelsenkirchener Werk nach Deutschland fahren und sich dort anschauen, wie die Geräte geschweisst werden.

In diesem Jahr seid ihr auch wieder auf der FIBO. Welchen Stellenwert hat eine solche Messe im Vergleich zum Showroom?

Ja, genau. gym80 ist wieder auf der FIBO. Darauf freuen wir uns sehr. Denn es ist klar: Die Konkurrenz «lebt» und man kann sich nicht fernhalten. Die «Musik spielt» auf der FIBO. Diese internationale Messe ist ein fantastischer Ort, um sich einen Überblick zu verschaffen und erste Kontakte zu knüpfen, gerade weil sie sich wieder ein bisschen «back to the roots» entwickelt. Aber sich auf der FIBO für ein Gerät oder gar einen ganzen Gerätepark spontan und unvorbereitet zu entscheiden, hat vielleicht früher mit nur drei Farben zur Auswahl – blau, rot und grau – und weniger Geräten funktioniert. Mittlerweile musst du wissen, was du willst. Im Showroom wissen das die allermeisten schon, müssen sich aber noch informieren. Dort ist die Intention eine ganz andere. In den Showroom kommt ein Fitnessstudiobetreiber oder eine -inhaberin auch mal mit der ganzen Familie, dann gibt es Diskussionen über die richtige Farbauswahl, die Grösse, die Anzahl – das kann auch mal den ganzen Tag dauern.



Hanspeter Rubner

Hanspeter Rubner wurde in der Schweiz geboren. Bereits mit 18 Jahren startete er mit einer Fitnesstrainerausbildung bei Werner Kieser. Mit 20 Jahren ging es für den jungen Bodybuilder in die USA, um dort mit den Besten der Besten im Gold's Gym und am Venice Beach zu trainieren. Weil das Geld fehlte und er weder Leute noch Sprache kannte, übernachtete er sogar die ersten Nächte an dem legendären Strand. Dieses Engagement für den Sport und der unbändige Wille zahlten sich aus: Er trainierte mit vielen Bodybuildinglegenden und Serge Nubret wurde sein Mentor. Im Laufe seiner Bodybuildingkarriere konnte er ausserdem zahlreiche Erfolge verbuchen: zwölfjähriger internationaler Champion sowie mehrfacher Europa- und Weltmeisterschaftsfinalist.

Auch als Veranstalter fasste er in den Neunzigerjahren Fuss: Hanspeter Rubner organisierte und promotete diverse Fitness-, Box- und Bodybuildingveranstaltungen. Daneben war er erfolgreich im Kauf und Verkauf von zahlreichen Fitnesscentern und -shops. Seit mittlerweile fünf Jahren vertritt er den Fitnessgerätehersteller gym80 in der Schweiz gemeinsam mit seinem Geschäftspartner Christian Billinger.

Mit seinen über 30 Jahren Erfahrung setzen auch viele Bodybuilder und Prominente auf das Personal Training mit Hanspeter Rubner.

www.gym80.ch

Der Grund dafür ist meiner Meinung nach, dass immer mehr Individualität gefragt ist, auch was das Studiodesign und sein Konzept angeht. Einheitsbrei und überdimensional gross ist heute vielfach nicht mehr gewünscht. Deswegen sollten sich Betreiber Zeit für die Geräteauswahl nehmen, schliesslich arbeiten sie später auch 14, 15 oder sogar 16 Stunden am Tag in dem Studio. Da sollte es ihnen wirklich gefallen.

Wie genau passt in dieses Konzept nun «Kraft trifft Kunst»?

Dazu muss ich ein wenig ausholen: Ich habe mich eine Zeit lang mit Freunden und Geschäftsleuten in einer Pop-Art-Galerie getroffen, in der man auch Kaffee trinken konnte. Das fand ich so toll, dass ich ein Jahr lang an dem Galeristen «gearbeitet» habe, bis er die Ausstellung zuliess – obwohl er zu Beginn meinte, dass Fitness und Kunst nicht zusammenpassen.

Aber nicht nur die Bilder waren Kunstwerke, auch die Fitnessgeräte. Wir haben auch extravagante Designs produziert, z. B. vergoldete Maschinen und Kuhfellimitate als Polsterbezug – sozusagen die Haute Couture der Fitnessgeräte (lacht). Die «goldigen» Geräte gingen später in Tina Turners Fitnessraum.

«Kraft trifft Kunst» hat viele angesprochen, die womöglich normalerweise gar nicht in unseren Showroom gekommen wären, Entscheidungsträger aus der Gesundheits-, Fitness- und Sportbranche sowie Geschäftsleute. Das hat uns wieder einen grossen Schub gegeben, weil der Zugang niedrigschwelliger war und über die Kunst erfolgt ist. Durch dieses Event kommt auch viel Laufkundschaft zu uns, z. B. aus der nahe gelegenen Bahnhofstrasse und vom Zürichsee. Allein dadurch haben sich in den letzten Jahren schon viele Verkäufe ergeben. Mittlerweile gibt es auch Betreiberinnen und Betreiber, die auf diesen Zug aufgesprungen sind und ihr Studio mit Kunstwerken ausstatten. Ich finde das top, weil Fitnesstraining nicht mehr diese Kelleratmosphäre hat, auch wenn diese alten Souterrains mit den selbstgebauten Geräten ein Highlight sind.

Findet das Event dieses Jahr wieder statt?

Wir sind im Austausch mit den Galeristen und es wird wiederkommen. Allerdings haben wir Stand jetzt noch keinen konkreten Termin. Sobald es neue Entwicklungen gibt, werden wir natürlich sofort darüber informieren.

bleibt die Ausstellung abgesehen von «Kraft trifft Kunst» immer gleich?

Auf keinen Fall. Wir tauschen die Geräte immer wieder aus, um eben auch die neuesten Produkte präsentieren zu können. Viele kommen auch vorbei, weil sie ein ganz bestimmtes Gerät sehen möchten, das als Neuheit auf dem Markt ist. Das muss dann schon im Showroom parat stehen.

Gibt es Unterschiede zwischen Deutschland und der Schweiz, was Showroom und Kundschaft angeht?

Die Showrooms kannst du gar nicht vergleichen. Der in Deutschland hat über 2000 Quadratmeter, in der Bahnhofstrasse zeigen wir auf den mehr als 200 Quadratmetern nur die Highlights. Deutschland ist die Produktionsstätte, der Ursprung vom Ganzen.

Bei unserer Kundschaft ist es so: Wir haben auch viele ehemalige Bodybuilder als Kunden. Die wollen ihre Geräte kaufen und besitzen. Aber für die meisten Betreiber ist es unmöglich, sich alle paar Jahre einen komplett neuen Gerätepark anzuschaffen. Up to date zu bleiben wird dann zur Herausforderung. Bei uns können sie deswegen die Geräte auch auf sechs Jahre mieten. Danach werden sie ausgetauscht, gehen zurück nach Deutschland und werden dort eingeschmolzen. Aus dem Stahl entsteht dann wieder ein neues Gerät – das heisst, wir setzen uns aktiv für mehr Nachhaltigkeit ein!

Wer langfristig erfolgreich sein möchte, sollte die Ausstattung im Studio auch mal ändern und nicht jahrzehntelang die gleichen Geräte haben. Ich kann nur empfehlen, mit Trends mitzugehen und sich anzupassen, um attraktiv zu bleiben. ■



HealthExpo 2024 in Basel

DER Gesundheitserlebnistag

Veranstalter Alexander Huser konnte mit dem ersten «Aufschlag» 2023 direkt einen Erfolg verbuchen, sodass es nun am Samstag, 25. Mai 2024, in der St. Jakobshalle Basel wieder heisst: willkommen zur HealthExpo! Dabei richtet sich der grösste Gesundheitserlebnistag der Schweiz sowohl an Endverbraucher als auch an B2B-People und dies spiegelt sich in dem umfangreichen Programm – bei freiem Eintritt – wider.

Die Eröffnung verspricht schon Sportlichkeit. So können Interessierte an dem 4000 Schritte «HealthyWalk» entlang des Rheins und der Birs zur HealthExpo teilnehmen. Angeführt wird die Gruppe von Regierungsrat Dr. Lukas Engelberger, Lynette Federer, Dr. Jeanne Fürst und weiteren Prominenten.

Selbst aktiv werden und sich informieren

Der Berufsbildungsparcours bietet Besuchern die Möglichkeit, sich über gesundheitsfördernde Berufe zu informieren und Ausstellern die Chance, auf Stelleninserate hinzuweisen. In diesem Rahmen wird auch die SAFS ihr Weiterbildungsangebot präsentieren. Die Universität Basel, SalutaCoach und star education werden ebenfalls vor Ort sein.

Neben den über einhundert Ausstellern, die ihre Produkte, Technologien und Dienstleistungen präsentieren, gibt es auch zahlreiche Angebote, bei denen selbst gesportelt und womöglich das ein oder andere Angebot für das eigene Studio entdeckt werden kann.

Group Fitness/Yoga/Spinning Marathon: Dieser Bereich richtet sich ebenfalls an Besucherinnen und Besucher, die an diesem Tag aktiv werden wollen und beliebte Kursangebote entdecken möchten. Denn es wird eine Vielzahl an Möglichkeiten geboten, u. a.: Workouts, Yoga, Pilates, Tanzfitness, HIIT-Training, aber auch Angebote aus dem «Wellness & Beauty Bereich».

Vorträge und Networking

Gestartet wird am Samstagmorgen mit der swiss active Mitgliederjahresversammlung um 10.30 Uhr. Anmeldung unter: swissactive.ch/swiss-active-mitgliederversammlung-2024

Eine weiterführende zukunftsorientierte Diskussion findet um 11.30 Uhr unter dem Patronat der FITNESS TRIBUNE mit der Podiumsdiskussion zum Thema «Zukunft der Schweizer Fitnessbranche» statt, dabei soll es viel Praxisinput geben und gleichzeitig auch ein Blick auf die kommenden Jahrzehnte geworfen werden. Ayhan Türküm, Einzelstudiobetreiber aus Dättwil, Reto Conrad, Präsident von swiss active, Prof. em. Dr. Lukas Zahner und René Kalt diskutieren auf dem Podium. Dabei verraten sie unter anderem, welche Trends sie verfolgen, wo sie die grössten Potenziale für die Zukunft sehen und setzen dabei ihre Themen in den Kontext der Praxis.

Den Keynote-Vortrag bei der diesjährigen HealthExpo hält um 13.30 Uhr in Halle 1 Dietmar Dahmen, der zum «Megatrend Gesundheit – Zukunft der Gesundheitsbranche» sprechen wird. Prävention nimmt einen immer höheren Stellenwert ein und auch der Einzug von Digital Health sorgt für einen Wandel. Die Besucherinnen und Besucher erwartet durch den Entertainmentcharakter ein inspirierender Impulsvortrag. Dieser ist auch eine Empfehlung des Veranstalters an alle B2B-Teilnehmenden. Im Anschluss (14.30 Uhr) gibt es einen B2B-Networking-Apéro in der VIP Lounge. Dies bietet die Chance, sich mit anderen Mitgliedern der Branche auszutauschen und entsprechend zu vernetzen.

Hierfür ist eine Anmeldung bis
15. April notwendig:



Gesundheitskongress

Der Gesundheitskongress wird moderiert von Dr. Jeanne Fürst, Medizinerin und TV-Moderatorin, sowie der Moderatorin Susanne Hueber, die bereits 2023 durch den Kongress führte.



Fitness Business Campus

10.30 Uhr	swiss active Mitgliederjahresversammlung	Anmeldung über QR-Code auf Seite 22.
11.30 Uhr	Podiumsdiskussion «Zukunft der Schweizer Fitnessbranche»	Diskussionsteilnehmer: Ayhan Türküm, Reto Conrad, Prof. em. Dr. Lukas Zahner und René Kalt
15.00 Uhr	Durch Zeugen überzeugen – Mythos oder Realität?	Erfahren Sie aus erster Hand, wie Inhaber ihre beeindruckenden Erfolge im Fitness- und Gesundheitscenter erzielt haben.
16.00 Uhr	Mitglieder vs. Fan	«Was sind die Unterschiede zwischen «normalen» Mitgliedern und echten Fans und wo liegen die Vorteile?»
17.00 Uhr	Vom Patienten zum Kunden: Langfristige Erfolge in der Physiotherapie	«Die Transformation in der Physiotherapie als Chance für die Zukunft»

Wir stellen Ihnen hier weitere interessante Programmpunkte vor:

13.30 Uhr	Keynote und Impulsvortrag «Megatrend Gesundheit»	• Dietmar Dahmen
15.30 Uhr	Podiumsdiskussion: «Kostenexplosion im Gesundheitswesen»	• Sarah Wyss, Nationalrätin, • Felix Schneuwly, Head of Public Affairs, Comparis • Prof. em. Dr. Lukas Zahner, Mitinitiator HealthExpo • Daniel Rochat, Mitglied der Geschäftsleitung, SWICA
16.30 Uhr	Podiumsdiskussion: «Der steinige Weg zur Olympiamedaille»	• Steve Schennach, Direktor Sporthilfe Schweiz

Zwischen 15 und 18 Uhr gibt es ausserdem mehrere Vorträge, powered by Verre Consulting, zur Fitness- und Physioindustrie. Hauptthema dabei ist: Was sind neue oder andere Wege, um Mitglieder zu gewinnen? Guisi Verre wird in diesem Rahmen drei Vorträge halten. ■

Weitere Informationen sowie das vollständige Programm finden Sie unter:
www.healthexpo.ch





Zielgruppe Kinder

Ungeahntes Potenzial für Fitnesscenter

«Adults only»? Fitnesscenter sind meist Orte, an denen ausschliesslich Erwachsene ihrem Training nachgehen und somit aktiv etwas für ihre Gesundheit tun. Dabei ist regelmässige Bewegung – über den Sportunterricht hinaus – für die Entwicklung und Gesundheit von Kindern und Jugendlichen essenziell. Fitnesscenter können diesen Bedarf decken und ihr Angebotsportfolio entsprechend der Zielgruppe Kinder erweitern.

Fitnesscenter sind nur für Erwachsene geeignet? Regelmässiges (Fitness-)Training ist nichts für Kinder? Viele Gyms fokussieren sich ausschliesslich auf die Eltern- und Grosselterngenerationen, immerhin sind die naturgemäss auch kaufkräftiger als Kinder. Dennoch birgt die Zielgruppe Kinder ein erhebliches Potenzial für Fitnessstudios.

Risikofaktor Übergewicht

Durch Trainingsangebote für Kinder können Fitnesscenter ökonomisch profitieren. Darüber hinaus bietet diese Zielgruppenerweiterung der Gyms jedoch auch weiteren Perso-

nengruppen Mehrwerte: den Kindern, den Eltern und letztlich auch der Gesellschaft und damit dem Gesundheitssystem. Dem Gesundheitssystem? Blicken wir auf die Zahl der von Übergewicht und Adipositas betroffenen Schweizerinnen und Schweizer und insbesondere auf die Zahl der übergewichtigen/adipösen Kinder, dann wird deutlich, dass hier Handlungsbedarf besteht. In einer Studie von Herter-Aerbli (2018) wurde festgestellt, dass im Untersuchungszeitraum 2017/2018 ...

- gemessen am BMI 15,9 Prozent der Sechs- bis Zwölfjährigen übergewichtig und davon 5,3 Prozent adipös waren,

- nach Körperfettanteil elf Prozent der Kinder als übergewichtig und 3,3 Prozent als adipös galten,
- gemessen am Bauchumfang sechs Prozent der Kinder ein erhöhtes Risiko für Stoffwechsel- und Herz-Kreislauf-Erkrankungen aufwiesen.

Erhöhtes Bauchfett fördert u. a. das Risiko für Herzinfarkte, Schlaganfälle oder Krebserkrankungen. Übergewicht und Adipositas gelten zudem als Risikofaktoren für nicht übertragbare Krankheiten wie Diabetes mellitus Typ 2. Die Behandlung dieser Krankheiten geht wiederum zulasten des Gesundheitssystems – einer der Gründe, warum Kinder so früh wie möglich an Bewegung und Sport herangeführt werden müssen. Denn die genannte Studie macht einmal mehr darauf aufmerksam, in welche Richtung sich die Gesundheit der Kinder entwickeln kann, die sich weniger als eine Stunde pro Tag bewegen, und dass dies wiederum irgendwann zum Problem des Gesundheitssystems wird.

Freude an Bewegung vermitteln

Die ersten Lebensjahre eines Kindes sind auf so vielfältige Weise prägend und ausschlaggebend. Nicht zuletzt auch im Hinblick auf die gesunde psychosoziale und körperliche Entwicklung spielen die jungen Jahre eine grosse Rolle. Ungesunde Verhaltensweisen im Kindes- und Jugendalter haben auch weit darüber hinaus erhebliche Auswirkungen. Bewegung hingegen nimmt einen positiven Einfluss auf die körperliche und geistige Entwicklung, gerade auch bei Kleinkindern. Motorische Kompetenzen werden erweitert und neue Sinneserfahrungen erlebt (BASPO, 2023). Da in den ersten fünf Lebensjahren Gewohnheiten eingeübt und verinnerlicht werden, ist es umso wichtiger, bereits Kleinkindern Spass an Bewegung und Sport zu vermitteln.

Nebst der Integration von Bewegung in möglichst viele Alltagssituationen durch die Familie können auch schon die Kleinsten regelmässigen Bewegungseinheiten nachgehen. Wichtig ist dabei immer, dass die Freude des Kindes an der Bewegung im Mittelpunkt steht, damit es von klein auf Sport mit etwas Positivem verknüpft. Da mit zunehmendem Alter der Bewegungsdrang häufig nachlässt, müssen schon früh Grundlagen für sportliche Routinen geschaffen werden, so dass ein Training für die Kinder ganz selbstverständlich wird.

Mediennutzung von Kindern

Das Toben auf dem Schulhof, der Nachhauseweg zu Fuss und die nachmittägliche Verabredung zum (Ball-)Sport für Kinder sind nämlich längst nicht mehr die Regel. Das gemeinsame (oder alleinige) «Abhängen» und der Medienkonsum bestimmen immer häufiger die Freizeit der Schweizer Kinder und Jugendlichen. So stellte die MIKE-Studie (MIKE= Medien, Interaktion, Kinder, Eltern), die das Mediennutzungsverhalten von Schweizer Primärschülerinnen und -schülern untersuchte, heraus, dass bereits mehr als die Hälfte der Sechs- bis Dreizehnjährigen mindestens wöchentlich ein Handy nutzt. Knapp 40 Prozent der Sechs-/Siebenjährigen sind zudem regelmässig im Internet unterwegs, bei den Zwölf-/Dreizehnjährigen sind es bereits 90 Prozent (Suter et al., 2023).

Bei Jugendlichen zeigt sich hier ein ähnliches Bild: Teenager zwischen zwölf und 19 Jahren beschäftigen sich, wenn sie allein sind, am liebsten mit audiovisuellen Medien (Külling et al., 2022). 89 Prozent dieser Altersgruppe nutzen täglich das Internet, was eigenen Einschätzungen nach unter der Woche eine Zeit von 3 Stunden 14 Minuten täglich und am Wochenende fünf Stunden täglich beansprucht. Die zweitliebste Beschäftigung dieser Altersgruppe ist jedoch die sportliche Aktivität. Das grundsätzliche Interesse an Bewegung ist also durchaus gegeben.

Kindertraining im Fitnesscenter

Fitnesscenter können die Institutionen sein, die ebendieses Interesse an Bewegung fördern und darüber hinaus auch Freude an Bewegung und regelmässigem Training wecken. Mit zielgruppengerechten (Gruppen-)Angeboten kann Kindern Spass an der sportlichen Aktivität vermittelt und sich der Bewegungsarmut mit all ihren gesundheitlichen Konsequenzen entgegengestellt werden.

Fitnesscenter können dabei verschiedene Optionen nutzen: die Ausgestaltung eines Kinderangebots als Zusatzleistung für trainierende Eltern oder die ganz gezielte Ansprache von Kindern und Jugendlichen. Unabhängig von der Art und Weise, wie das Kindergruppentraining als Angebot in das Center aufgenommen wird, können sich zwei Resultate daraus ergeben. Zum einen gewöhnen sich die Kinder den regelmässigen Gang zum Training ins Center an. Sie erfahren dadurch eine Bindung an das Gym und es erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass diese Kinder dem Center auch im Erwachsenenalter treu bleiben und die Mitglieder von morgen werden. Zum anderen kann die Integration eines Trainingsangebots für Kinder auch die Eltern neu mobilisieren. Eltern schliessen Mitgliedschaften ab, um selbst in dieser Zeit etwas für ihre Fitness und Gesundheit zu tun – die Zahl der Neukundinnen und -kunden steigt. Oder aber Bestandsmitglieder, die aufgrund ihrer Kinder das eigene Training hinten anstellen mussten, werden wieder aktiviert und können nochmals ihrem Training nachgehen. Auch dies erhöht die Kundenbindung.

Für die praktische Umsetzung ist wichtig, dass sowohl die Infrastruktur des Centers – z. B. Gruppentrainingsräume – als auch die Qualifikation der Mitarbeitenden zum jeweiligen Trainingsangebot für Kinder passt. Denn gerade für diese Zielgruppe ist es von grosser Bedeutung, wertschätzend und motivierend zu agieren, um sie langfristig für das Training zu begeistern. ▶

Literaturliste

Bundesamt für Sport BASPO. (2023). Bewegungsempfehlungen Kleinkinder. Zugriff am 06.03.2024. Verfügbar unter <https://www.hepa.admin.ch/de/kleinkinder>

Herter-Aerberli, I. (2018). BMI, waist circumference and body fat measurements as well as NCD risk factors in 6 to 12 year old children in Switzerland. Zugriff am 06.03.2024. Verfügbar unter https://www.obsan.admin.ch/sites/default/files/2021-09/bmi-_bauchumfang_und_koerperfett-messungen_sowie_ncd-risikofaktoren_bel_6-12_jaehrigen_in_der_schweiz_0.pdf

Külling, C., Waller, G., Suter, L., Willemse, I., Bernath, J., Skirgaila, P. et al. (2022). JAMES – Jugend, Aktivitäten, Medien – Erhebung Schweiz. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

Suter, L., Bernath, J., Willemse, I., Külling, C., Waller, G., Skirgaila, P. et al. (2023). MIKE – Medien, Interaktion, Kinder, Eltern: Ergebnisbericht zur MIKE-Studie 2021. Zürich: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

So kann's gehen: Best-Practice-Beispiel David Gym Zürich

Wie es gelingt, Trainingsangebote für Kinder in das Centerkonzept zu integrieren, zeigt unter anderem Kathi Fleig von den David Gyms in Zürich. Sie bietet nebst einer Vielzahl von Trainingsangeboten für Erwachsene auch BJJ-Trainings, Boxen/Kickboxen sowie Sportaerobic für Kinder ab sechs Jahren an.

Kathi Fleig

Seit 1983 steht die Inhaberin des David Gyms täglich auf der Trainingsfläche. Sie hat den Bachelor-Studiengang Fitnessökonomie an der DHfPG in Zürich und darüber hinaus mehrere Group-Fitness- und Fitnessausbildungen an der SAFS absolviert. Zudem ist sie erfahrene Kampf- und Kraftsportlerin.

FITNESS TRIBUNE: Liebe Kathi, wieso hast du Trainingsangebote für Kinder in dein Angebot aufgenommen?

Kathi Fleig: Wir hatten bereits 1984 im ersten David Gym mit grossem Erfolg mit Kinderjudo gestartet, da einer unserer ersten Trainer in der Judonationalmannschaft war. Im Hinblick auf die sportlichen Fähigkeiten ist der Unterschied zwischen damals und heute gravierend. Die heutigen Kids bewegen sich kaum und haben ein schlechteres Körpergefühl. Früher konnte jedes Kind einen Purzelbaum, heute können sie zum Teil nicht mal rückwärtslaufen, weil ihnen die Koordination fehlt. Im Schulsport gibt es so viele Ausfälle und selbst manche Vereine nehmen Kinder erst ab einem bestimmten Leistungsniveau auf. Hier möchte ich einfach eine Lücke schliessen.

Nachdem wir mit dem Kinderjudo aufhören mussten, weil es schwierig war, geeignete Trainer zu finden, haben wir mit Sportaerobic für Kids begonnen. Das bieten wir bis heute genauso wie Boxen/Kickboxen und BJJ an. Unsere Trainerrinnen und Trainer sind sehr engagiert und höchstmotiviert.

Welchen Mehrwert siehst du gerade im BJJ – sowohl für das Gym als auch für die Eltern und Kinder?

Für die Kinder ist Kampfsport ein sehr gutes Ganzkörpertraining, das die Rumpfstabilität, Koordination und Körperkontrolle fördert. Die Kids selbst erleben das alles spielerisch und haben jede Menge Spass. Zusätzlich entwickeln sie Selbstvertrauen und lernen den sozialen Umgang miteinander. Disziplin

und Respekt gegenüber dem Trainer und auch untereinander sind im Kampfsporttraining ausserdem wichtig. Die Kids können sich eigene Ziele setzen und werden auch durch die verschiedenen Gürtelfarben motiviert, «das nächste Level» zu erreichen.

Für die Eltern ist es natürlich von Vorteil, wenn die Gesundheit ihrer Kids durch das regelmässige Training gefördert wird. Es ist schön für sie zu sehen, dass ihre Kinder ausgelastet sind und durch das Training einen Ausgleich zur Schule und zum Alltag haben.

Aus der Sicht des Gyms liegt der Vorteil ganz klar darin, dass für Kinder, die mit Sport aufwachsen, dieser ein fester Bestandteil ihres Lebens wird. Die Kinder von heute sind die Mitglieder von morgen! Abgesehen davon, gelingt es auch hin und wieder, die Eltern erneut zum Fitnesstraining bei uns zu motivieren.

Wie wird das Trainingsangebot für Kinder angenommen?

Unser Kinderangebot wird sehr gut angenommen. Tatsächlich haben sich mittlerweile so viele Kinder angemeldet, dass wir jeden Tag Lektionen anbieten. Um den Andrang der derzeit rund 40 bis 50 Kids im BJJ-Training zu koordinieren, nutzen wir eine App. Interessant ist auch, dass wir ein zunehmend grosses Interesse von Mädchen am Box- und Kickboxtraining feststellen.

Welche Qualifikationen haben die Trainer, die das Kinderangebot im David Gym übernehmen?

Unser BJJ-Trainer macht selbst seit seiner Kindheit BJJ und andere Kampfsportarten. Er hat natürlich einen Trainerschein und viele Jahre Erfahrung. Zusätzlich hat er einen speziellen Kurs für das Training von Kindern absolviert, weshalb er perfekt für unser Kindertraining geeignet ist. ■

11 – 14 APR 24 Exhibition Centre Cologne

FIBO

GLOBAL FITNESS

For a strong and healthy society.

Built by



In the business of
building businesses

Get your ticket

fibo.com

Sandra Rickenbach zu weiteren Zielen als Trainerin

Von der Begeisterung zum erfüllenden Job

Mit einem Lächeln begrüsst uns Sandra Rickenbach (45) im Fitnesscenter Bodystation Gym. Die engagierte und leidenschaftliche Trainerin, hat sich im Laufe der Zeit zu einer qualifizierten Person in der Fitness- und Sportwelt entwickelt. Inspiriert von LES MILLS-Kursen entschied sie sich, ihre Leidenschaft zum Beruf zu machen und startete mit den Ausbildungen im Gruppenfitness- und Fitnessbereich bei der Swiss Academy of Fitness and Sports (SAFS) in Zürich und Winterthur.

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

Sandra Rickenbach: Bewegung und Sport waren immer ein wichtiger Teil meines Lebens. Von Ballett über Tanzen bis zum Reiten – ich habe verschiedene sportliche Aktivitäten ausprobiert. Als ich 20 war, begann ich regelmässig ins Fitnesscenter zu gehen, um Krafttraining zu machen, und nahm mehrmals pro Woche an Tae-Bo-Kursen teil. Im Jahr 2015 startete ich dann noch mit EMS-Training und Gruppenkursen. Dabei war ich fasziniert von den verschiedenen Kursen und dem Wissen sowie Können der Kursleiter. Und dann dachte ich, warum nicht selbst irgendwann mal Kursleiterin werden und eine Ausbildung starten?

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

Bei einer LES MILLS LIVE Veranstaltung entdeckte ich meine Begeisterung für LES MILLS-Kurse. Dabei hörte ich, dass die SAFS angehende Kursleiter im Gruppenfitness ausbildet. Und dann dachte ich: «Ich mach mein Hobby zum Beruf und trainiere nicht nur die Kinder beim Kickboxen, sondern auch Erwachsene im Gruppenfitness».

Welche Ausbildungen hast du bei der SAFS absolviert?

Gestartet habe ich mit der Grundlagenausbildung Gruppenfitness. Nach erfolgreichem Abschluss entschied ich mich, noch die Ausbildungen zur LES MILLS Kursleiterin zu absolvieren. Hierbei wählte ich «LES MILLS Bodycombat», «LES MILLS Bodypump» und «LES MILLS Barre.» Leider konnte ich diese Ausbildungen aus gesundheitlichen Gründen nicht abschliessen.



Sandra Rickenbach (links) im Training mit einer Kundin.

Möchtest du die Ausbildung zur LES MILLS Kursleiterin noch abschliessen?

Ja, unbedingt, mein Ziel ist es nach wie vor, als LES MILLS Kursleiterin in der Fitnessbranche tätig zu sein. Die letzten Jahre waren einfach viel und ich habe mir selbst den Druck gemacht, dass ich die Prüfungen perfekt abschliesse, sodass es mich «blockiert» hat. Jetzt fühle ich mich gut und werde zeitnah das Prüfungsvideo einreichen.

Auch die Ausbildungen zur Functional Trainerin und EMS-Trainerin hast du erfolgreich absolviert?

Das habe ich auch noch gemacht! (lacht) Aufgrund meiner gesundheitlichen Situation musste ich nochmals von vorne starten und habe mich deshalb entschieden, die Ausbildung zur Functional Trainerin zu absolvieren, um erst einmal für mich die entscheidenden Basics an funktionellen Übungen zu lernen und auch zu trainieren. Die Ausbildung zur EMS-Trainerin hat sich einfach so ergeben, auch weil ich bereits seit knapp zehn Jahren einmal in der Woche EMS-Training mache. Ich wollte einfach mehr dazu wissen, obwohl es nicht ganz einfach für mich war.

Wie meinst du das mit «nicht ganz einfach»?

Ich war sehr aufgeregt, da ich in meiner Ausbildung zur diplomierten Pflegefachfrau DN II keine guten Erfahrungen gesammelt habe. Und auch bei der Vorbereitung auf die Präsenzphase mit der digitalen Lernplattform bemerkt habe, dass ich mein Anatomiewissen nochmals auffrischen sollte. Neben den digitalen Inhalten waren mir auch die Ausbildungsunterlagen in Papier eine grosse Hilfe. Zugleich waren die SAFS-Dozenten alle sehr einfühlsam, zeigten Verständnis für meine Prüfungsangst und unterstützten mich sehr gut während der Ausbildung.

Wie hast du das alles hinbekommen, neben Beruf und Familie noch zu lernen?

Aufgrund meiner Scheidung und der damit verbundenen Trennung war es nicht einfach, sich auf die Ausbildungen zu fokussieren. Insbesondere die Zeit für das Lernen zu finden, fiel mir schwer. Meine Kinder brauchten mich mehr als jemals zuvor, da war ich oftmals am Limit, jedoch habe ich es durchgezogen und geschafft, da bin ich sehr stolz auf mich. Es war wohl einfach dieser absolute Wille, es zu schaffen und nicht aufzugeben.

Aktuell arbeitest du als Trainerin, wie darf man sich dein Arbeitsleben vorstellen?

Ich arbeite grösstenteils für die Kampfsportschule Academy Marx, somit hat meine berufliche Tätigkeit in der Fitnessbranche begonnen. Am Wochenende oder in den Ferien gehe ich noch mit den Kids zu Turnieren, Europa- oder Weltmeisterschaften im Kickboxen. In den Fitnesscentern findet man mich bei verschiedenen Gruppenfitnesskursen wie «Ladypower» im «MOS Kampfsportcenter» oder «FitKickboxen» im «Bodystation Gym». Hierbei achte ich auf eine korrekte Bewegungsausführung und wende das Gelernte in der Praxis an.



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

Starte und glaube an dich! Ich empfehle es jedem, der sein Hobby zum Beruf machen möchte, mit einer Ausbildung als «Kursleiter Gruppenfitness oder Fitnesstrainer» anzufangen. Bei Lernschwierigkeiten sollte man einfach auf die Dozenten zugehen, da sie wirklich sehr hilfsbereit und kompetent sind.

Was sind deine nächsten Steps? Welche beruflichen Ziele hast du dir gesteckt?

Ich möchte unbedingt meine Erfahrungswerte als Functional- und EMS-Trainerin erweitern, ebenso als Kinderkickboxtrainerin den nächsten Schritt gehen. Nicht zu vergessen: meine Ausbildungen zur Kursleiterin LES MILLS abschliessen. ■



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

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





Hilfsgemeinschaft Fitness Schweiz
 Central Association of Health Fitness Clubs
 Confédération des Centres de Fitness Suisse
 Confederation of Health Fitness Switzerland



Deutsche Hochschule
 für Prävention und Gesundheitsmanagement
 University of Applied Sciences

Wird die positive Prognose Realität?

Vierte Schweizer Eckdatenstudie in der Auswertung

Die «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft» gehen in die vierte Runde, im Juni werden ihre Ergebnisse in Zürich vorgestellt. Neben den wichtigsten Kennzahlen aus dem Betrachtungsjahr 2023, insbesondere die Center- und Mitgliederzahlen in der Schweiz sowie der Gesamtumsatz der Branche, zieht die Studie den Vergleich zu den letzten vier Jahren – und wirft bereits einen Blick auf 2025.

In diesem Jahr erscheint bereits zum vierten Mal in Folge die Eckdatenstudie für die Schweiz. Aktuell befindet sich die Studie in der Auswertung und die Ergebnisse werden mit Spannung erwartet, denn im Vorjahr blickten die Betreiberinnen und Betreiber der Center positiv in die Zukunft. 99,0 Prozent gingen davon aus, dass sich ihre wirtschaftliche Situation 2023 verbessern wird. Wie sieht es heute, ein Jahr später, tatsächlich aus?

Studie zeigt Verläufe auf

Die Studie bildet nicht nur die Kennzahlen und den Status quo der Branche ab, sondern betrachtet zudem deren Entwicklung. So werden Trends und Potenziale sichtbar und die Studie kann als wichtige Entscheidungsgrundlage für Akteure der Branche dienen.

Zurück zu alter Stärke?

Die «Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft» zeigen bislang, dass die Branche durch die Corona-Krise stark an Mitgliedern verloren hat, sich aber mittlerweile wieder auf einem sehr guten Weg zurück zu alter Stärke befindet. Die Mitgliederzahlen reduzierten sich im Vergleich 31. Dezember 2019 (Vorkrisen-

niveau) zum 31. Dezember 2020 um 6,6 Prozent. Der Rückgang von 2020 zu 2021 belief sich sogar auf 12,0 Prozent. Vergangenes Jahr zeigte die Eckdatenstudie erstmals, dass die Fitnesscenter in der Schweiz im Vergleich 31. Dezember 2021 zu 31. Dezember 2022 einen Mitgliederzuwachs von 11,7 Prozent verzeichnen konnten und damit das Niveau aus 2020 nahezu wieder erreicht haben (swiss active, 2023).

Wo steht die Branche mittlerweile, zum Stichtag 31. Dezember 2023? Haben sich die Mitgliederzahlen in der Schweizer Fitnesslandschaft wieder erholt? Wie hat sich die Zahl der Center entwickelt, und wie sind diese im Betrachtungszeitraum positioniert? Wie gestaltet sich der Blick der Betreiber und Betreiberinnen in die Zukunft?

Eckdatenpräsentation am 11. Juni 2024 exklusiv in Zürich

Diese und weitere Kennzahlen werden bei der Medienkonferenz am 11. Juni 2024 in Zürich veröffentlicht. ■

Literaturliste

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

best **4** health

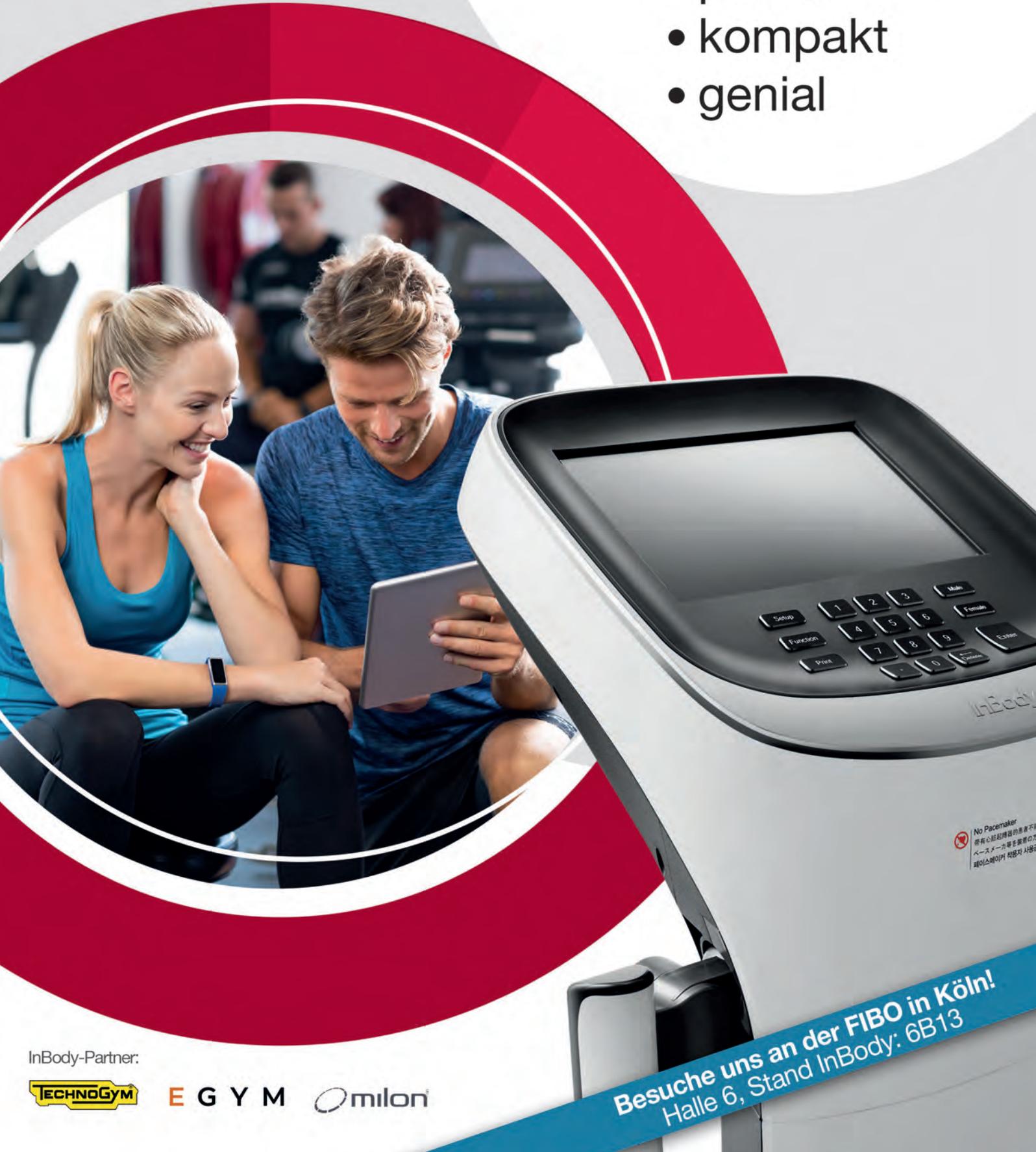
www.best4health.ch

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

InBody 970

Körperzusammensetzungsanalyse
für Gesundheitsexperten

- präzise
- kompakt
- genial



InBody-Partner:



E G Y M



Besuche uns an der FIBO in Köln!
Halle 6, Stand InBody: 6B13



CRM-Systeme in der Gesundheits- und Fitnessbranche

Kundenbindung 2.0

Die Gesundheits- und Fitnessbranche steht vor einem Wandel, getrieben von Digitalisierung und Technologie. CRM-Systeme sind dabei entscheidend für eine starke Kundenbindung, indem sie personalisierte Dienstleistungen und effektive Kommunikation ermöglichen. Entdecken Sie die Kernfunktionen und Vorteile dieser Systeme sowie ihre spezifische Anwendung in der Gesundheits- und Fitnessbranche. Erfahren Sie, wie CRM-Systeme wie Mindbody, Zen Planner und Virtuagym die Beziehung zu Kunden stärken und die Branche revolutionieren.

Kundenbindung basiert auf mehreren Säulen, darunter Kundenzufriedenheit, Vertrauen, personalisierte Kommunikation und Angebote, effektiver Kundenservice, Loyalitätsprogramme und eine starke Markenidentität.

Die Gesundheits- und Fitnessbranche erlebt durch die Digitalisierung und den Einsatz von Technologien wie CRM-Systemen (CRM = Customer Relationship Management) einen signifikanten Wandel. CRM-Systeme spielen eine entscheidende Rolle bei der Steigerung der Kundenbindung, indem sie personalisierte Dienstleistungen und die Kommunikation ermöglichen.

Kernfunktionen und Vorteile eines CRM-Systems

Kernfunktionen

- **Kontaktmanagement:** Speicherung und Verwaltung von Kundenkontaktdaten wie Namen, Adressen, Telefonnummern und E-Mail-Adressen.
- **Interaktionsverfolgung:** Aufzeichnung aller Interaktionen mit Kunden, einschliesslich Telefonanrufen, E-Mails, Meetings und Social-Media-Aktivitäten.
- **Segmentierung:** Gruppierung von Kunden nach verschiedene-

nen Kriterien wie Kaufverhalten, Präferenzen oder Demografie, um zielgerichtete Marketingaktionen zu ermöglichen.

Vorteile

- **Verbesserte Kundenkenntnisse:** Ein tiefgreifendes Verständnis der Kundenbedürfnisse und -vorlieben, das es Unternehmen ermöglicht, massgeschneiderte Angebote und Dienstleistungen zu entwickeln.
- **Effizienzsteigerung:** Die Automatisierung von Routineaufgaben spart Zeit und Ressourcen, sodass sich Mitarbeiter auf wichtige Aufgaben konzentrieren können.
- **Steigerung der Kundenzufriedenheit:** Durch die personalisierte Ansprache und die Berücksichtigung individueller Kundenbedürfnisse können Unternehmen die Zufriedenheit und Loyalität ihrer Kunden erhöhen.

In der Gesundheits- und Fitnessbranche werden CRM-Systeme eingesetzt, um die Beziehungen zu Mitgliedern, Patienten oder Kunden effektiv zu verwalten und zu optimieren. Folgende Beispiele für CRM-Systeme finden in der Gesundheits- und Fitnesslandschaft Anwendung:

1. Mindbody**Funktionen:**

Das System bietet Terminplanung, Kundenverwaltung, Marketingtools, Online-Buchungsmöglichkeiten und ein umfassendes Berichtswesen. Es ermöglicht den Anbietern, den Überblick über Kurse, Anmeldungen und Zahlungen zu behalten und gleichzeitig Marketingkampagnen zu automatisieren.

2. Zen Planner**Funktionen:**

Es unterstützt bei der Verwaltung von Mitgliedschaften, bei der Planung von Kursen und Veranstaltungen, bietet eine integrierte Abrechnung und ermöglicht es, individuelle Fitnessfortschritte der Mitglieder zu verfolgen.

3. Virtuagym**Funktionen:**

Das CRM-System integriert Mitgliederverwaltung, Trainingsplanung, Ernährungsberatung und Online-Community-Features. Es bietet auch eine mobile App, die Kunden nutzen können, um ihre Fortschritte zu verfolgen und mit Trainern in Kontakt zu bleiben.

Diese CRM-Systeme bieten massgeschneiderte Lösungen, die den spezifischen Anforderungen der Gesundheits- und Fitnessbranche gerecht werden. Sie unterstützen Anbieter nicht nur dabei, ihre Geschäftsprozesse zu optimieren, sondern auch die Beziehung zu ihren Kunden durch personalisierte Dienstleistungen und Kommunikation zu stärken.

Bedeutung von CRM-Systemen in der Gesundheits- und Fitnessbranche

Die Bedeutung von CRM-Systemen in der Gesundheits- und Fitnessbranche wird durch die Fähigkeit unterstrichen, personalisierte Dienstleistungen anzubieten, die direkt auf die individuellen Bedürfnisse und Vorlieben der Kunden zugeschnitten sind. Diese Personalisierung ist entscheidend für die Schaffung einer tiefen Kundenbindung und Loyalität. Wie Wijaya et al. (2023) in ihrer Studie hervorheben, ermöglicht die Implementierung eines webbasierten CRM-Anwendungssystems in Kliniken eine effektive Verbindung zwischen Kliniken und Patienten, was letztendlich die Loyalität bei Gesundheitstransaktionen fördert (Wijaya et al., 2023).

Die Forschung von Acheampong et al. (2023) zeigt, dass die Integration von CRM in die digitale Technologie zu Innovationen führt, die die Kundenakquise, -segmentierung, -personalisierung, -loyalität und -profitabilität verbessern. Diese Erkenntnisse sind besonders relevant für die Gesundheits- und Fitnessbranche, da sie die Notwendigkeit einer digitalen Transformation und die Einführung von CRM-Systemen unterstreichen, um in der heutigen digitalisierten Welt wettbewerbsfähig zu bleiben (Acheampong et al., 2023).

Durch die Bereitstellung personalisierter Dienstleistungen und die Verbesserung der Kommunikation zwischen Anbietern

und Kunden tragen CRM-Systeme wesentlich zur Steigerung der Kundenzufriedenheit, des Vertrauens und der Loyalität bei. Zukünftige Forschungen sollten sich auf die Entwicklung und Implementierung fortschrittlicher CRM-Strategien konzentrieren, die die neuesten Technologien, einschliesslich Künstlicher Intelligenz und maschinellem Lernen, nutzen, um die Kundenbindung weiter zu verbessern.

Fazit

Qualitop dient als anerkanntes Qualitätssiegel in der Förderung von Gesundheit und Prävention, indem es anspruchsvolle Qualitätskriterien für Dienstleister im Gesundheits- und Fitnesssektor festlegt. Auch wenn Qualitop nicht unmittelbar bei der Einführung oder Verwaltung von CRM-Systemen unterstützt, trägt es dennoch bei zertifizierten Dienstleistern indirekt zur Verbesserung der Qualität und Wirksamkeit dieser Systeme bei. Dies geschieht vor allem durch die Förderung eines Bewusstseins für hohe Qualitätsstandards und die Bereitstellung eines Leitfadens für bewährte Verfahren, die Dienstleistern in der Auswahl und Anwendung von CRM-Systemen Orientierung bieten.

In einem Markt, der zunehmend von Wettbewerb und technologischen Innovationen geprägt ist, sind CRM-Systeme unverzichtbar für Dienstleister im Gesundheits- und Fitnessbereich, um sich erfolgreich zu positionieren. Diese Systeme ermöglichen eine präzise Ausrichtung der Angebote auf individuelle Kundenbedürfnisse und fördern dadurch eine dauerhafte Bindung der Kunden. Die fortlaufende Optimierung und Anpassung der CRM-Strategien an neue technologische Entwicklungen ist für Dienstleister essenziell, um ihre Marktposition zu stärken und auszubauen. ■

**Christian Henggeler**

Christian Henggeler entdeckte bereits während seiner Ausbildung zum Detailhandelsfachmann seine Leidenschaft, Menschen zu helfen und sie zu begleiten. Als Fitness-Instruktor konnte er seine Expertise im Bereich Bewegung und Gesundheitsförderung weiter ausbauen. Als Sporttherapeut, Berufsbildner und Zertifizierer für Qualitop setzt er sich aktiv für Qualität, Transparenz und Vergleichbarkeit in der Branche ein.

Auszug aus der Literaturliste

Acheampong, S., Pimonenko, T. & Lyulyov, O. (2023). Sustainable Marketing Performance of Banks in the Digital Economy: The Role of Customer Relationship Management. *Virtual Economics*, 6, 1 (2023), 19-37.

Miller, R. (2019). CRM-Systeme als Werkzeug zur Verbesserung der Kundenbeziehungen. *International Journal of Marketing Studies*, 11 (2), 34-45.

Smith, J. A. & Johnson, B. C. (2020). Die Bedeutung der Kundenbindung in der modernen Wirtschaft. *Journal of Business Research*, 13 (4), 456-467.

Sutrisno, Brahmajari, I. A. & Panjaitan, H. (2016). The Influence of Service Quality, and Customer Relationship Management (CRM) Of Patient Satisfaction, Brand Image, Trust, and Patient Loyalty on Indonesian National Army Level II. *International Journal of Business and Management Invention*, 5 (5), 30-44.

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

VERANSTALTUNGEN

INFOVERANSTALTUNGEN ZUR BERUFSBILDUNG

- 06.05.2024** SAFS Infoveranstaltung, Zürich und digital
- 05.06.2024** SAFS Infoveranstaltung, Zürich und digital
- 09.07.2024** SAFS Infoveranstaltung, Zürich und digital
- 17.08.2024** SAFS Infoveranstaltung, Zürich und digital
- 17.09.2024** SAFS Infoveranstaltung, Zürich und digital
- 21.10.2024** SAFS Infoveranstaltung, Zürich und digital

Mehr Informationen und Anmeldung unter www.safs.com

INFOVERANSTALTUNGEN ZUR HOCHSCHULBILDUNG

- 15.04.2024** Infoveranstaltung Bachelor-Studium DHfPG, digital
- 16.04.2024** Infoveranstaltung Master-Studium DHfPG, digital
- 18.04.2024** Infoveranstaltung Betriebe DHfPG, digital
- 25.04.2024** Infoveranstaltung Bachelor-Studium DHfPG, Zürich und digital
- 23.05.2024** Infoveranstaltung Bachelor-Studium DHfPG, digital
- 30.05.2024** Infoveranstaltung Master-Studium DHfPG, digital
- 11.06.2024** Infoveranstaltung Bachelor-Studium DHfPG, digital

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

EVENTS

- 19.04–
20.04.2024** IFBB Mr. Universe Liechtenstein, Vaduz
- 25.05.2024** HealthExpo, Basel
- 06.09.2024** Schweizer Fitness Abend, Halbinsel Au Zürichsee
- 13.09–
20.09.2024** SAFS Fitness & Party Camp, Kreta



Bereit für Teenies im Fitnessstudio?

Sind Jugendliche eine Zielgruppe mit Potenzial?

Fitnessinfluencer wie Pamela Reif, Mady Morrison oder Sascha Huber sind Idole unserer Jugend. Den jungen Leuten geht es aber längst nicht nur rein um Bodystyling – fit und gesund sein steht ganz oben auf der Bucketlist der Teenager.

Das Thema «Muskeltraining für Jugendliche» hat auf Basis neuester medizinischer und wissenschaftlicher Erkenntnisse sowie mit immer mehr Ärzten als starke Befürworter einen völlig neuen Stellenwert erhalten.

Lange Zeit ging man davon aus, dass Kinder noch kein Krafttraining durchführen sollten. Wissenschaftliche Studien der vergangenen 20 Jahre zeigen aber genau das Gegenteil. «Wenn Krafttraining in jungen Jahren richtig ausgeübt wird, stärkt es die Knochenstrukturen, erhöht die Knochendichte und schützt vor Verletzungen», sagte Dr. Heinold von der Universität Hamburg Anfang des Jahres 2023 in einem TV-Beitrag.

Der Bewegungsmangel bei den Teenies, der bereits seit Mitte der 2000er-Jahre kontinuierlich voranschreitet, hat unter anderem dazu geführt, dass die motorischen Fähigkeiten und die Körpersysteme unterdurchschnittlich ausgeprägt sind im Vergleich zu noch vor 30 Jahren. Etwa 78 Prozent der Mädchen und etwas über 70 Prozent der Jungen im Alter von 6 bis 17 Jahren leiden unter Bewegungsmangel und dessen Auswirkungen.

Die Zielgruppe Jugendliche (12–17 Jahre) wurde bislang nur wenig berücksichtigt. Dabei bietet sie eine Umsatzchance, die jeder nutzen sollte. ACISO hat das Thema konfektioniert, gebündelt und bringt es jetzt mit allen wichtigen Bausteinen für eine professionelle Umsetzung und Bewerbung in die breite Öffentlichkeit. Mehr auf www.aciso.com/aciso-tools

Save the date – 25. Mai 2024

swiss active**Mitgliederversammlung**

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

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

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

Sporttrainerausbildungen
an der SAFS**Noch mehr
Performance bieten**

Die neuen SAFS-Ausbildungen zum Sporttrainer in den Fachbereichen «Athletic Performance», «Endurance Performance» und «Physique & Body» bieten Trainern eine weitere Möglichkeit, ihre Fähigkeiten und Fachkenntnisse zu vertiefen.

BESTE PERFORMANCE – «Athletic Performance Sporttrainer»

Explosiv, sprunggewaltig, agil. In vielen Sportarten entscheidet Athletik über Sieg oder Niederlage. Als »Athletic Performance Sporttrainer« mit SAFS-Diplom bist du eine ausgewiesene Fachperson für das individuelle und sportartspezifische Athletiktraining für Einzel- und Mannschaftssportler. Als «Athletic Performance Sporttrainer» mit SAFS-Diplom betreust du deine Athleten langfristig, sodass diese ihr Leistungspotenzial im Wettkampf abrufen können. Dabei berücksichtigst du wichtige Faktoren wie Erholung und bedarfsgerechte Ernährung.

ERFOLG IST KEIN GLÜCK – «Endurance Performance Sporttrainer»

Lerne metabolische Testergebnisse auszuwerten, um die Bewegungsökonomie und die Belastungsresistenz der betreuten Sportler zu steigern. Das ist ein Hauptmerkmal als «Endurance Performance Sporttrainer». Hierbei werden Kraft- und Schnelligkeitseinheiten gezielt integriert, um individuelle und sportartspezifische Assessments bei Kraft- und Spisportarten auszuführen, zu interpretieren und daraus Trainingsinterventionen zu definieren.

PERFECT BODY – «Physique & Body Sporttrainer»

Das Ziel «ein perfekter, muskulöser sowie ästhetischer Körper» wird immer öfter von leistungsorientierten Fitnesssportlern genannt. Als «Physique & Body Sporttrainer» verfügst du über umfangreiche Kenntnisse des anabolen Krafttrainings und bereitest deine Sportler gezielt auf ihre Wettkämpfe vor.

Mehr erfahren unter:
www.safs.com/de/fachbereich-performance-training

Jubiläum in Zürich

40 Jahre David Gym

Am 1. März 1984 öffneten sich die Tore des ersten David Gyms in Zürich-Albisrieden. Die Betreiberin Kathi Fleig, eine der Fitnesspionierinnen der Schweiz, freut sich, dass manche der damaligen Mitglieder immer noch dabei sind. Zunächst gab es nur den einen David-Gym-Standort und das Fitness- und Kampfsporttraining fand auf 440 Quadratmetern statt. 40 Jahre sind seitdem vergangen und das David Gym ist in den letzten Jahrzehnten auf drei Standorte in Zürich und eine Gesamtfläche von 4650 Quadratmetern angewachsen.

Dieses grosse Jubiläum musste natürlich gebührend gefeiert werden und so fand am Jahrestag der Eröffnung, am Freitag, 1. März 2024, eine grosse Jubiläumsparty statt. Eingeladen in das Center ZH-West waren die Mitglieder des David Gyms und deren Freunde. Der ehemalige SAFS-Dozent und Personal Trainer Marcel Baumann legte



als DJ MB auf. Bei Fingerfood und Getränken konnten sich langjährige Weggefährten wieder treffen, austauschen und diesen runden Jahrestag miteinander feiern. Zudem galt für das Fitnessstraining und die Lektionen an diesem Tag «bring a friend for free».

Eine runde Veranstaltung anlässlich des runden Geburtstags – im David Gym!

www.davidgym.ch



Beeindrucken als zertifizierter Personal Trainer

Die Leidenschaft für Fitness in eine erfolgreiche Karriere verwandeln

Setze deine Geschäftsidee erfolgreich um: Als Personal Trainer bist du für deine Zielgruppe die kompetente Ansprechperson für alle Fitness- und Gesundheitsfragen. Du betreust deine Kunden einfühlsam und professionell – indoor oder outdoor. Das flexible SAFS-Ausbildungsprogramm bietet die perfekte Möglichkeit, um die Leidenschaft für Gesundheit und Fitness weiterzuentwickeln und dabei den Traumberuf Personal Trainer zu erreichen. Bei der Ausbildung zum Personal Trainer legen wir den Fokus zusätzlich zu dem Fachwissen auch auf

professionelles Coaching und Businessstrategien, die es ermöglichen, erfolgreich als Personal Trainer in der Branche zu arbeiten.

Der nächste Ausbildungsstart am Standort Zürich:

- Mittwoch, 12. Juni 2024

Mehr erfahren unter:

www.safs.com/de/personal-trainer



Eidgenössischen Abschluss erlangen

Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis

Positioniere dich als gefragter Experte in der Fitness- und Gesundheitsbranche mit einem eidgenössischen Fachausweis als Spezialist für Bewegungs- und Gesundheitsförderung!

Mit fundiertem Fachwissen und praktischem Know-how bist du als qualifizierte Fachkraft in der Branche gefragt.

Als Absolvent kannst du nicht nur individuelle Fitnessprogramme gestalten und leiten, sondern fungierst auch als Berater für Gesundheitsförderung in verschiedenen Kontexten. Dabei überzeugst du mit Fachwissen und unterstützt deine Kunden, ihre Fitness- und Gesundheitsziele zu erreichen.

Mehr erfahren unter:

www.safs.com/de/fachbereich-gesamtausbildungen

swiss active als Partner

paf Europe in Andermatt

Vom 27. bis zum 29. Februar 2024 fand in Andermatt paf Europe, die renommierte Fitnesskonferenz, statt. Dabei trafen sich Experten aus der Branche in dem Schweizer Alpendorf. Als offizieller Eventpartner war auch swiss active massgeblich beteiligt.

Dabei kamen internationale Branchenexperten zusammen, um an Workshops, Diskussionen und Vorträgen teilzunehmen. Ein Höhepunkt des Events war das sogenannte Kaminfeuergespräch, bei dem auch Marcus Schwedhelm, Vorstandsmitglied von swiss active und Vorsitzender der Kommission Qualitop, als Speaker auftrat. Das Programm war vielfältig und bot für jeden etwas: von innovativen Trainingsmethoden bis hin zu neuesten Erkenntnissen aus der Sportwissenschaft.

swiss active ist stolz darauf, Teil dieses inspirierenden Events gewesen zu sein und freut sich bereits auf die zukünftige Zusammenarbeit und weitere spannende Veranstaltungen in der Fitness- und Gesundheitsbranche, wie sie mitteilten.

www.active.ch
www.paf-europe.com





Begeistere deine Kunden für das Training im Freien

Zeit für Outdoortraining

Erweitere dein Portfolio mit der Ausbildung zum «Outdoor Gruppen Trainer»!

Outdoortrainings bieten die perfekte Möglichkeit, Körper und Geist in der Natur zu stärken. Als «Outdoor Gruppen Trainer» stellst du funktionelle Trainings und Bootcamps für Gruppen zusammen und leitest diese im Freien kompetent an. Du verfügst über das Know-how des funktionellen Trainings und kannst deine Einheiten teilnehmergeerecht anpassen. Zugleich sind dir die Vorteile der einzelnen Flächen, wie beispielsweise Wald, Wiese oder Sportplatz

bekannt und dabei beachtest du die Sicherheitsempfehlungen für das Training im Freien. Deine Teilnehmer begeisterst du mit diversen Organisationsformen, die du vielseitig mit effizienten Trainingsmethoden kombinierst.

Die nächsten Ausbildungsstarts am Standort Zürich:

- Samstag, 22. Juni 2024
- Freitag, 16. August 2024

Mehr erfahren:

www.safs.com/de/outdoor-gruppen-trainer



Managing Director nimmt Abschied

Thomas Küttner verlässt PureGym

Thomas Küttner verliess Ende Februar als Managing Director PureGym Switzerland und blickt auf eine spannende Reise zurück. Denn während seiner Zeit im Unternehmen etablierte sich das Start-up basefit.ch AG zur Fitnesskette PureGym mit mehr als 40 Standorten in der Schweiz und über 80.000 Mitgliedern, die von mehr als 350 Mitarbeitenden betreut werden. Küttner war vor seiner Position als Managing Director vier Jahre stellvertretender Geschäftsführer bei der basefit.ch AG. Den Wechsel zu PureGym be-

gleitete der Sportwissenschaftler mit der Position des Chief Operating Officer der basefit.ch AG. Seit Ende 2021 wurden alle Clubs der basefit.ch AG in PureGym umbenannt.

Die FITNESS TRIBUNE wird Sie über weitere Entwicklungen bei PureGym in den nächsten Ausgaben bzw. über ihre Social-Media-Kanäle auf dem Laufenden halten.

www.puregym.swiss



Erweiterung des Konzeptes

Kieser eröffnet Physiotherapiepraxis

Kieser eröffnete am 1. März 2024 seine erste Kieser Physiotherapiepraxis im Circle, am Flughafen Zürich. Weitere Standorte in der Schweiz und Deutschland sollen folgen, wie das Unternehmen mitteilte. «Die Bereiche Training und Physiotherapie überlagern sich stark – diese Erkenntnis hat uns in unseren Anfängen bereits deutlich geprägt und nun setzen wir sie noch einmal neu um», sagt Michael Antonopoulos, CEO Kieser.

Seit einigen Jahren haben die 26 Kieser Studios in Australien sehr erfolgreich ihren Fokus auf die logische Verbindung von Physiotherapie und Krafttraining gelegt und sind damit Vorreiter auf dem australischen Physiotherapiemarkt. Im DACH-Raum existieren bereits langjährige Partnerschaften zwischen Kieser und Physiotherapiepraxen, die räumlich unmittelbar aneinander angeschlossen sind.

«Kieser hat es sich zum Ziel gesetzt, Menschen mit physischen Schwächen in Menschen mit physischen Stärken zu verwandeln. Oft sind nicht alle therapeutischen Möglichkeiten durch das Physiotherapie-Rezept abgedeckt und die weitere Betreuung der Patientinnen und Patienten wird nach Ende eines Behandlungs-Zyklus nicht langfristig weiterverfolgt. Genau hier setzen wir an», sagt Antonopoulos.

www.kieser.ch/physiotherapie

Anzeige



Qualifiziere dich in deinem Berufsfeld

- Experte / Expertin Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Diplom
- Spezialist/-in Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. FA
- Trainer/-in Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit Branchenzertifikat
- Fitness- und Bewegungstrainer/-in

Jetzt vor Ort in Basel und online!

Mehr Infos auf hws.ch



ipso! Bildung
seit 1876



CYBEX PARK



POWER HOUSE

Merkur Gym Graz

DAS MEKKA DER Zusatzleistungen?

Worauf haben Sie heute Lust – auf Freihanteltraining in der Functional Area, Indoor Cycling, Yoga oder geht's doch lieber ins Outdoor Gym? Oder brauchen Sie mal wieder eine Einheit auf dem EGYM Zirkel und danach steht ein bisschen Wellness auf dem Programm? Und bringen Sie heute Ihr Kind mit oder nicht? Wer im Merkur Gym Graz trainiert, hat die Qual der Wahl. Geschäftsführerin Martina Winkler setzt vor allem auf ein umfangreiches Zusatzangebot, um ihre Mitglieder langfristig von sich zu überzeugen.



FITNESS TRIBUNE: Liebe Martina, dein Club scheint «das Mekka der Zusatzleistungen» zu sein. Es gibt wohl nichts, was ihr nicht anbietet. Aber was hat es zuallererst mit dem Health Club auf sich?

Martina Winkler: Das Merkur Gym sollte immer ein Premiumclub werden. Der Vorsorgegedanke war die Basis – unsere jüngsten Trainierenden sind 16 Jahre, unser ältester ist 90. Entsprechend war mir auch ein reiner Fitnessclub mit Freihantelbereich und Gerätetraining zu wenig.

Deswegen war schon in der Konzipierung eingeplant, mit einem physikalischen Institut zusammenzuarbeiten. Bereits 2021, also ein Jahr nach der Eröffnung, hat sich das physikalische Institut Medletics in drei Behandlungsräume angemietet. Über dieses physikalische Institut können wir direkt im Studio physiotherapeutische Behandlungen, aber auch Massagen anbieten, wobei weit über 90 Prozent der Patientenbetreuung auf unserer Fitnessfläche stattfinden. Für uns hat das den Riesenvorteil, dass der Patient meist zum Kunden wird und der Kunde mit orthopädischem Problem direkt vor Ort die Behandlung in Anspruch nimmt.

Nutzt ihr diese Kooperation auch anderweitig?

Ja, sicher. Die Physiotherapeuten geben auch Gruppenfitnessstunden bei uns. Diese sind auch im Trainingsplan entsprechend kenntlich gemacht. Das hat einen sehr positiven Effekt: Wir sprechen ältere und gebrechlichere Personen sowie Menschen mit Verletzungen an, die aufgrund ihrer Vorgeschichte leider eher Vertrauen zu einem Arzt oder Physiotherapeuten haben als zu einem Trainer oder Sportwissenschaftler. Diese Gruppentrainingseinheiten sind ohne Zusatzkosten in der Mitgliedschaft inkludiert und dadurch ist die Hemmschwelle schon weg. Wir bieten auch teils kostenlose, teils kostenpflichtige Workshops mit den Physios an, die sowohl Mitglieder als auch externe Gäste besuchen können.

Wir nutzen diese Kooperation auch in unserem Onboardingsystem. Jedes Neumitglied erhält ein kostenfreies ▶



**YOU'LL NEVER
TRAIN ALONE**

CARDIO AREA



INDOOR CYCLING

30-minütiges Erstgespräch mit einem Physiotherapeuten. Daraus ergeben sich sehr häufig Trainingsstunden mit den Physiotherapeuten oder eine Behandlung. Unsere Sportwissenschaftler und Trainer tauschen sich aber auch eng mit den Physiotherapeuten aus, erhalten Tipps und Ratschläge und stehen bei Patienten auch immer in Rücksprache miteinander.

Welche Qualifikationen hat denn dein eigenes Personal? Und welchen Stellenwert hat die Qualifizierung von Mitarbeitern auch mit Blick auf das umfassende Zusatzangebot?

Für mich ist die Qualifizierung meiner Mitarbeitenden sehr wichtig. Entsprechend verfügen alle meine Angestellten über umfassende Berufserfahrung und eine fundierte Ausbildung. Das Team besteht überwiegend aus Sportwissenschaftlern mit Bachelor-Abschluss, die sich aktuell im Master-Studium befinden, oder mit abgeschlossenem Master-Studium, die aktuell Zusatzausbildungen absolvieren.

Ausserdem beschäftige ich zwei Trainer mit fundierter Fitnesstrainerausbildung, die beide auch schon über jahrelange Berufserfahrung verfügen.

Die Gruppenfitnesskurse im Bereich Functional Training werden teilweise von den Trainern und teilweise von den Sportwissenschaftlern durchgeführt.

Um dieses breite Zusatzangebot auch auf einem entsprechenden Niveau anbieten zu können, nutze ich auch Les Mills. Die Instructorinnen und Instructoren durchlaufen eine sehr hochwertige Ausbildung und sichern damit die Qualität, die sich auch im Zulauf unserer Kunden widerspiegelt.

Geht euer Angebot dann nicht eher in Richtung Massenabfertigung?

Ganz und gar nicht! Unsere Gruppenräume sind so konzipiert, dass maximal 15 Personen an einem Kurs teilnehmen kön-

nen. Dadurch kann sich die Kursleitung auch entsprechend mit ihnen auseinandersetzen. Ich komme aus einem grossen Club, in dem wir in einem Raum Platz für 100 Trainierende hatten. Das ist ein ganz anderes Arbeiten!

Wir arbeiten auch sehr stark mit Feedbackbögen und einer offenen Kommunikation zwischen Mitgliedern und Geschäftsführung. Dadurch wissen wir, was gut ankommt und wie die Mitglieder unser Angebot wahrnehmen.

Ihr richtet euch mit dem Zusatzangebot auch explizit an Kinder. Was genau bietet ihr an und stellst du damit deine Trainer, die natürlich keine Erzieher sind, nicht vor extreme Herausforderungen?

Wir bieten für Kinder zwischen drei und sechs Jahren sowie von sieben bis 14 Jahren das Kindertrainingskonzept THOR an. Wir haben uns für dieses lizenzierte Konzept aus genau dem Grund entschieden, den du gerade angesprochen hast:

Ich habe mich monatelang damit auseinandergesetzt, wie wir mit unseren bestehenden Ressourcen ein solches Kindertraining in unserem Studio anbieten können. Allerdings kann ich von jemandem, der sich auf das Training von Erwachsenen konzentriert hat und dort wirklich Stärken hat, eben nicht einfach erwarten, ein Training für Kinder zwischen drei und 14 Jahren durchzuführen.

Ich habe diese Entscheidung, auch für ein lizenziertes Konzept, gemeinsam mit meinem Team getroffen. Der Anbieter von THOR hat sich bei uns eingemietet, wir können das Angebot in unser Programm mitaufnehmen, wodurch beide Seiten profitieren. Aber vor allem natürlich die Kids!

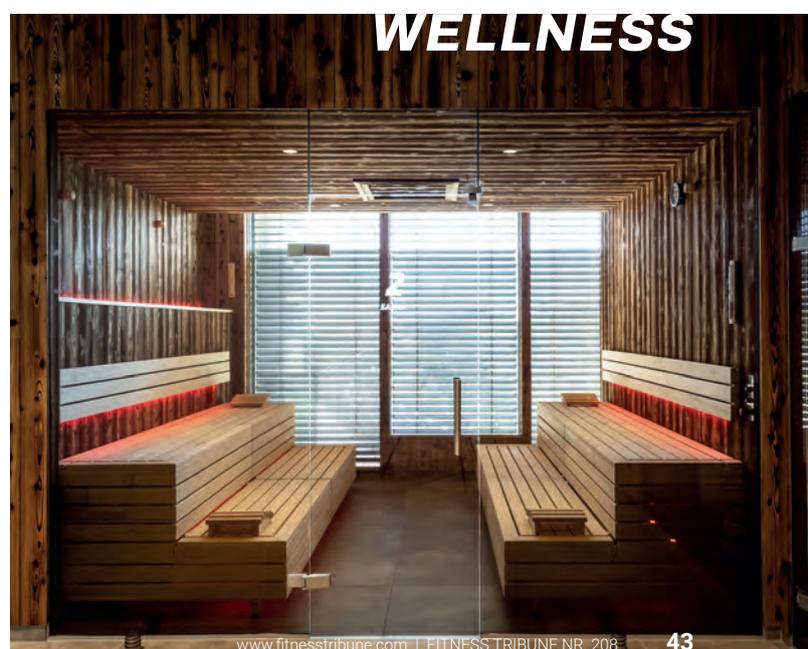
Was war aber deine Motivation, Kindertraining im Studio anzubieten?

Erstens wollte ich damit unsere Zielgruppe erweitern. Ich kann bestehenden Mitgliedern eine sinnvolle Beschäftigung für ihre Kinder während ihrer Trainingszeiten anbieten, in der es auch um Persönlichkeitstraining, Spielspass und Motivation geht.

Gleichzeitig kann ich damit neue Mitglieder gewinnen, die eben bisher keine Möglichkeit zum Trainieren hatten, weil ihre Kids nicht betreut werden konnten. Und natürlich schaffe ich auch eine gewisse Vorpprägung bei den Kindern und Jugendlichen.

Siehst du das Kindertraining als ein Angebot, auf das Fitnesscenter verstärkt setzen sollten?

Kindertraining setzt sich immer mehr durch, aber meiner Meinung nach sollte man Kinder nicht einfach in den regulären Fitnessbetrieb integrieren. Ich halte nichts davon, Kindern dieselbe Umkleidekabine zur Verfügung zu stellen wie Erwachsenen. Gleichzeitig wird es natürlich schon einmal laut, wenn über zehn Kinder auf einmal auftauchen – das ist auch prinzipiell in Ordnung, könnte aber einige Trainierende, die nach Feierabend ein ruhiges Training absolvieren möchten, einfach stören. Es ist in Fitnesscentern bald wohl das Gleiche wie in Hotels: Man muss sich entscheiden, ist man eine Einrichtung mit ▶





Über die Interviewpartnerin

Martina Winkler ist ohne Umschweife als Urgestein der österreichischen Fitnessbranche zu bezeichnen. Vor über 30 Jahren arbeitete sie während ihres Biologie-Studiums als Fitnesstrainerin in einem Fitnessclub. An diesem Nebenverdienst fand sie so viel Gefallen, dass sie mithilfe zahlreicher Weiterbildungen hauptberuflich in der Fitnessbranche tätig wurde.

Nachdem sie 20 Jahre lang einen 10 000 Quadratmeter grossen Club und zusätzlich einen Damenclub geleitet hat, wollte sie sich mit einem Premiumstudio weiterentwickeln. Auf Initiative der Merkur Versicherung, der zweitgrössten Krankenversicherung in Österreich, konzipierte sie das 1500 Quadratmeter grosse Merkur Gym – die Eröffnung erfolgte 2020. Nach primären Startschwierigkeiten aufgrund der coronabedingten Einschränkungen konnte das Premiumstudio Fuss fassen und hat sich mittlerweile fest in der Grazer Studiulandschaft etabliert.

www.merkurgym.at

Kinderanimation und kindgerechtem Angebot oder ist man ein «Adults only»-Studio.

Wir selbst haben das Potenzial erkannt, hatten die Logistik und den nötigen Platz, um die Kindertrainings in einem etwas vom restlichen Club abgetrennten Kursraum anzubieten. Um an den Kursraum zu gelangen, muss man auch nicht durchs ganze Fitnessstudio gehen.

Welche Vorteile respektive Herausforderungen bringt ein so umfangreiches Zusatzangebot mit sich?

Für unsere Mitglieder besteht der klare Vorteil darin, dass sie eine breite Palette an Zusatzangeboten nutzen können und das Training so nicht langweilig wird. Wir selbst halten natürlich so auch die Fluktuation gering und haben auch viele finanzielle Vorteile.

Herausfordernd ist es natürlich, das ganze Team abzuholen und sie alle auf dem gleichen Informationsstand zu halten. Entsprechend muss ich eine sehr offene Kommunikation betreiben und meinen Mitarbeitenden, die dieses grosse Zusatzangebot tragen, auch ein reales Mitspracherecht einräumen. Ein «Über Köpfe hinweg»-Entscheiden funktioniert nicht. Aufgrund dessen haben wir ein sehr stabiles Team, das auch in der Lage ist, die Qualität aufrechtzuerhalten.

Wir arbeiten darüber hinaus aber auch ganz bewusst mit sehr flachen Hierarchien. Das war am Anfang etwas mehr Arbeit, weil wir keine Bereichsleiter oder so beschäftigen, sondern meine Angestellten immer direkt zu mir kommen können. Aber es hat sich definitiv ausgezahlt, weil ich mit allem konfrontiert worden bin und entsprechend immer auf dem neues-

ten Stand war. Und so wie das Unternehmen mit den Mitgliedern gewachsen ist, ist es auch mit dem Leistungsangebot gewachsen.

Wie entscheidest du, ob ein Trend Zukunftspotenzial hat?

Einerseits zeigen mir die aktuellen Kursbesucherzahlen, worauf unsere Gäste momentan besonders Wert legen. Gleichzeitig sprechen wir, wie gesagt, viel mit unseren Mitgliedern, die uns dann auch mitteilen, was sie noch interessieren würde. Aber ich springe bewusst nicht direkt auf einen Trend, sobald er durch die Medien geht. Das ist auch nicht der Anspruch, den unsere Mitglieder an uns haben. Unsere Klientel ist sehr bodenständig, sie haben sehr viel Vertrauen in unser Leistungsangebot und wollen nicht alle paar Minuten irgendeinen neuen Trend mitmachen. Sie wollen das Beständige, das ihnen und ihrer Gesundheit die entsprechenden Mehrwerte bietet.

Die Digitalisierung ist da ein schönes Beispiel: Sicherlich bietet sie zahlreiche wichtige Tools, die uns vieles erleichtern. Aber ich möchte, dass der Gast im Merkur Gym weiterhin mit gut ausgebildetem Personal trainiert und die Digitalisierung sowie KI nur als Unterstützung dienen. Ich persönlich bin der festen Überzeugung, dass diese grossen Ketten, die es am Markt gibt, zwar top ausgestattet sind, was Fitnessgeräte betrifft, aber quasi ohne wirkliche Betreuung arbeiten. Das mindert logischerweise die Betreuungsqualität und macht das Training unpersönlich.

Und genau das können Einzelstudios für sich nutzen und mit guter Betreuung und einem fundierten Zusatzangebot von sich überzeugen – dabei können einem auch Kooperationen oder Lizenzen die nötige Unterstützung bieten. ■

GET READY FOR FIBO 2024!

GET READY FOR ...

... PURE INNOVATION.

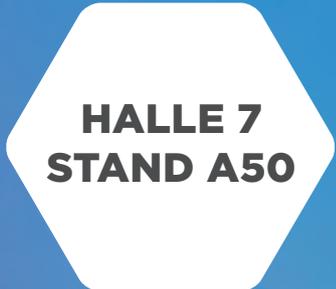
milon X und weitere
revolutionäre
Produktneuheiten!

... MAXIMALE INSPIRATION.

430 Quadratmeter geballte
Fitness- und Physiopower
auf zwei Ebenen!

... GRENZENLOSE EMOTION.

Echtes Astronautentraining,
DJ-Sounds und Special-Events
mit unseren VIP-Gästen!

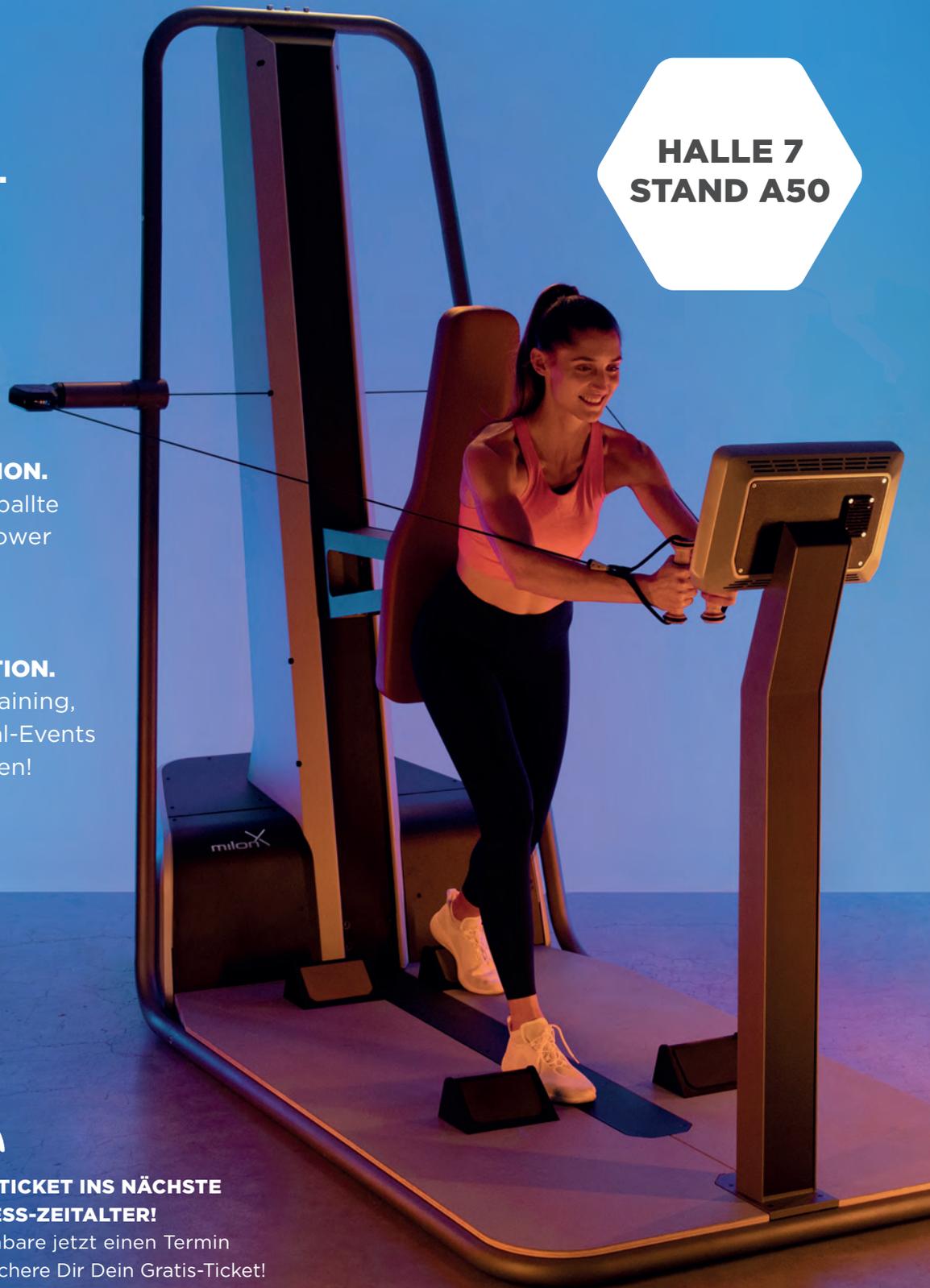


**HALLE 7
STAND A50**



DEIN TICKET INS NÄCHSTE FITNESS-ZEITALTER!

Vereinbare jetzt einen Termin
und sichere Dir Dein Gratis-Ticket!





Der Fitnessmarkt in Österreich – exklusiv

Erste österreichische Eckdatenstudie vor Veröffentlichung

Die Wirtschaftskammer Österreich und die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) sind Partner in einer wichtigen Sache: In diesem Jahr werden sie gemeinsam die erste Eckdatenstudie für Österreich veröffentlichen – eine Marktstudie, die zur wissenschaftlich fundierten «Visitenkarte» der Fitnessbranche in Österreich wird. Damit schliesst sich Österreich der Schweiz und Deutschland an und ermöglicht auch einen Vergleich der Fitnessmärkte der DACH-Region.

Anfang 2024 wurden erstmalig die «Eckdaten der Fitnesswirtschaft Österreich» erhoben. Die Ergebnisse werden im Sommer 2024 exklusiv in Wien vorgestellt. Neben den Nachbarländern Schweiz und Deutschland verfügt dann auch Österreich über eine Marktstudie, die den Fitnessmarkt in seiner Gänze beleuchtet und die als wissenschaftlich fundierte Grundlage im Austausch mit Interessenvertretern relevanter Branchen herangezogen werden kann.

Was zeigt die Studie?

Die Studie bildet wichtige Kennzahlen der Branche ab. Dazu zählen die Anlagen- und die Mitgliederzahl sowie der Umsatz der Branche. Weiter werden Ergebnisse auf Anlagenebene dargestellt, sodass nachvollziehbar wird, wie viele Personen in Fitnessanlagen aus dem Einzel-, dem Mikro- und dem Ketensegment trainieren. Aber auch welche Altersgruppen wo vertreten sind, wie hoch die Mitgliedsbeiträge in den Anlagenarten sind, wie sich das Leistungsportfolio gestaltet und wie häufig die Mitglieder im Schnitt trainieren. Auch die Themen Positionierung und Mitarbeiterqualifikationen spielen eine wichtige Rolle.

Gehör für die Relevanz der Branche

Hinreichend bekannt ist, dass Fitnesstraining gesundheitspositive Effekte hat. Mit den dargestellten Kennzahlen und Ergebnissen verdeutlicht die Eckdatenstudie den wichtigen Gesundheitsauftrag der Branche – und das auf einem wissenschaftlichen Fundament. So wird beispielsweise über die

Darstellung der Anlagen, die sich im Bereich Gesundheit oder Training (im Vergleich zu anderen Schwerpunkten wie Lifestyle oder Wellness) positionieren, erkennbar, wie viele Anbieter ihren Gesundheitsauftrag für die Gesellschaft stark internalisiert haben. Auch das Thema der Mitarbeiterqualifikation verdeutlicht, mit welcher Ernsthaftigkeit Fitnessanlagen einen Beitrag für die Gesundheit der Menschen leisten – und damit sowohl Krankenkassen als auch das Gesundheitssystem entlasten. So dient die Studie als Grundstein, sich als Branche zunehmend mehr Gehör zu verschaffen.

Über die Studie hinaus

Nach Veröffentlichung dieser Studie verfügen alle drei Länder der DACH-Region über diese wichtigen Marktstudien, die nach derselben Methodik erstellt, durchgeführt und ausgewertet wurden. Damit lassen sich wichtige Fragen über die Landesgrenzen hinweg klären, beispielsweise: Wo zeigen sich Parallelen zwischen dem deutschen, österreichischen und Schweizer Fitnessmarkt? Welche Synergien können hieraus entstehen? Wo unterscheiden sich die Fitnessmärkte der drei Länder und warum? ■

Eckdatenpräsentation in Wien

Am 20. Juni 2024 findet die Präsentation der ersten Eckdatenstudie für Österreich exklusiv in Wien statt. Die FITNESS TRIBUNE wird in der nächsten Ausgabe berichten.

sidea

move smarter | get stronger | live better



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

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



Neue Markenbotschafter für milon und five

EasyMotionSkin-Partnerschaft ausgeweitet

Der deutsche Schauspieler Mark Keller steht seit 1989 für beste Unterhaltung – damals schaffte er seinen Durchbruch in der Rudi Carrell Show und ist seitdem fester Bestandteil zahlreicher Film- und Serienproduktionen. Dieses schauspielerische Talent vererbte er an seine Söhne Joshua und Aaron, die mittlerweile selbst beide Schauspieler sind. Ausserdem lebte Keller seinen Kindern ebenfalls einen gesunden Lebensstil vor, auf den er letztlich auch seinen Erfolg zurückführt.

Nach der bereits erfolgreichen Zusammenarbeit mit EasyMotionSkin sind «Los Kelleros» nun auch die neuen Markenbotschafter der Partnerfirmen – der Trainingsgerätehersteller milon und five. Seit vielen Jahren trainieren und regenerieren die

Kellers mit dem EMS-Trainingssystemen von EasyMotionSkin. Nun wird die erfolgreiche Zusammenarbeit mit den Partnermarken milon und five erweitert – zwei führenden Marken im Bereich des professionellen Kraft- und Beweglichkeitstrainings.

«Das ist bei uns wie essen und trinken, es gibt keinen Tag ohne Sport. Wir trainieren täglich – mit milon, five und EasyMotionSkin halten wir uns fit. Das macht nicht nur viel Spass, sondern man sieht und spürt auch schnell Ergebnisse!», erklärt Mark Keller.

www.milongroup.com
www.easymotionskin.com



BSA-Akademie –
Ihr Weiterbildungspartner

**Mitarbeiter
nebenberuflich
qualifizieren**

Unternehmen, die ihre Mitarbeitenden gezielt nebenberuflich weiterbilden oder Quereinsteigenden den Start in die Gesundheits- und Fitnessbranche erleichtern möchten, bietet die BSA-Akademie über 90 staatlich geprüfte und zugelassene Lehrgänge. Das Lehrgangssystem besteht aus einem kombinierten Fernunterricht mit Fernlernphasen und kompakten Präsenzphasen, die digital oder an zwei regionalen Lehrgangszentren in Österreich (Wien und Innsbruck) sowie bundesweit in Deutschland (z. B. München) absolviert werden können.

- 03.05.2024–05.05.2024** «Online-Marketing-Manager/in», München
- 11.05.2024–12.05.2024** «Kursleiter/in Fit Kids», München
- 18.10.2024–20.10.2024** «Gesundheitstrainer/in», Wien

Ausserdem können Sie sich vor Ort in den Lehrgangszentren oder digital über das Lehrgangsangebot der BSA-Akademie informieren.

www.bsa-akademie.de

Die Basisqualifikation
auf Englisch

«Basic Fitness Trainer»



Die BSA-Akademie bietet die Basisqualifikation «Fitness-trainer/in-B-Lizenz» auch in englischer Sprache an und unterstützt die Lehrgangsteilnehmenden somit in der Chance, auch englischsprachige Mitglieder adäquat bei ihrem Training im Center zu betreuen. Darüber hinaus dient der Kurs auch Personen, die planen, im Ausland oder in der Touristikbranche (beispielsweise auf Kreuzfahrtschiffen) mit internationalen Kundinnen und Kunden zu arbeiten, als professionelle Qualifikation.

Inhaltlich unterscheidet sich der Lehrgang «Basic Fitness Trainer» nicht von seinem deutschsprachigen Pendant. Durch diese Qualifikation können Absolventinnen und Absolventen des Lehrgangs ihren Kunden fachlich kompetent zur Seite stehen, da sie ein breites Basiswissen vermittelt bekommen – u. a. zu Trainingslehre, Gerätehandling und Sportmedizin – und darüber hinaus aktuelle sportwissenschaftliche Erkenntnisse erhalten. Als Experte für die Trainingssteuerung im Bereich des Individualtrainings sind sie

verantwortlich für die Planung und Durchführung eines fitnessorientierten Kraft-, Ausdauer- und Beweglichkeitstrainings. Dabei können sie Kunden mit verschiedenen Zielen und Leistungsvoraussetzungen betreuen und stellen sicher, dass jeder Kunde eine qualitativ hochwertige und professionelle Betreuung erhält. Auch der Einblick in Ernährungswissenschaften gehört zu dem umfassenden Lehrgang, damit die Teilnehmenden des Basislehrgangs «Basic Fitness Trainer» optimal vorbereitet sind, um den Anforderungen im Fitnesstraining gerecht zu werden.

Der BSA-Lehrgang «Basic Fitness Trainer» ist als kombinierter Fernunterricht mit Fernlernphasen und kompakter Präsenzphase angelegt und kann daher nebenberuflich absolviert werden. Er umfasst eine Dauer von sechs Monaten, die Präsenzphase findet digital statt.

www.bsa-akademie.de/fitben

Einblick in die Zukunft der Branche

1. Innovationsforum Österreich



Am 4. April 2024 fand das 1. Innovationsforum Österreich in Mondsee statt und versprach den Teilnehmenden Einblicke in die neuesten Branchentrends sowie in innovative Strategien, wie Fitness- und Gesundheitsanlagen auch in schnelllebigen Zeiten wachsen und erfolgreich sein können.

Veranstaltet wurde das Event von den Branchengrößen EGYM, seca, Matrix, ZIVA und DSB-ONE. Zu den Highlights des Events gehörte der Keynote-Vortrag von Lukas Wagner zum Thema «Künstliche Intelligenz in der Fitnesslandschaft».

Darüber hinaus stellten sich die einladenden Technologieunternehmen in Vorträgen vor. Zusätzlich boten die Veranstalter Livetrainings zu EGYM Genius, der neuesten Innovation von EGYM, sowie interaktive Workshops mit weiteren Branchenexperten. Zu den Programmpunkten gehörten ausserdem eine «Kundenreise» im MYGYM PRIME Mondsee, das als neuer Musterclub für das Fitnessstudio der Zukunft dient.

www.egym.com | www.seca.com | www.matrixfitness.com
www.ziva.com | www.dsb-one.com



«Instagramability» um jeden Preis?

Trainingsmagnet Tulum Jungle Gym

Das Jungle Gym in Tulum, Mexiko ist ein wahrer Trainingsmagnet. Fitnessfans reisen von überall auf der Welt an, um in dem pittoresken Center mit der ganz besonderen Trainingseinrichtung zu trainieren und dies entsprechend auch über Social Media mit eindrucksvollen Bildern und Videos zur Schau zu stellen. Wir haben mit Marco Hirsiger (einer der besten Men's Physique-Athleten der Schweiz, SAFS-Dozent und Personal Coach in Richterswil), der bereits selbst vor Ort war, über das Dschungelcenter und mögliche Inspirationen für die Centerpraxis in der Schweiz gesprochen.

Fotos: Marco Hirsiger



Weisser Strand, türkisfarbenes Meer, schattenspendende Palmen – das ist die traumhafte Kulisse des Tulum Jungle Gyms. Seinen Besuchern bietet das an der Küste Yucatáns gelegene Fitnesscenter ein Training der besonderen Art an, sodass Bilder und Videos von diesem paradisischen Studio kurz nach seiner Eröffnung 2017 um die Welt gingen. Seitdem kamen und kommen mehr und mehr Influencerinnen und Influencer, Fitnessliebhaber und Promis nach Tulum, um sich selbst vom Jungle Gym zu überzeugen – sowie um gut inszenierte Trainingsfotos zu schiessen und diese über ihre Social-Media-Kanäle zu teilen. Auch Men's Physique-Athlet und Personal Coach Marco Hirsiger aus Richterswil liess es sich nicht nehmen, während seines Mexikourlaubs einen Abstecher zum «sagenumwobenen» Gym in Tulum zu unternehmen und sich selbst ein Bild von der dortigen besonderen Form des Trainings zu machen. «Normalerweise machen die Leute wegen der Maya-Fundstätte einen Ausflug nach Tulum. Wir sind als Fitnessfreaks natürlich unter anderem wegen dieses Gyms nach Tulum gereist. Das habe ich so oft bei Influencern gesehen und dann haben wir zueinander gesagt: «Das müssen wir erlebt haben.»»

Paradiesische Kulisse

Unter freiem Himmel trainieren und dabei Sand unter den Füssen spüren. Die «Beach Location» des heute auf zwei Center erweiterten Tulum Jungle Gyms bietet genau dieses Trainingsgefühl. Denn getreu dem Motto «Train in nature with nature» wird am karibischen Sandstrand ausschliesslich outdoor trainiert – das türkisfarbene Meer vor Augen, umrahmt von Dschungelpflanzen in verschiedenen Grüntönen.

Auch das Trainingsequipment ist ausschliesslich aus Naturmaterialien gefertigt. «Es ist wirklich superspannend! Man trainiert da mit Fitnessgeräten aus Holz, Bambus und Stein, diese Erfahrung ist einfach einzigartig», schwärmt Marco Hirsiger. Alle Geräte sind von den Centerbetreibern Alastair und Katie selbst designt und von regionalen Handwerkern mit regionalem Material hergestellt – «a real life flintstone gym», wie es die Beiden selbst auf ihrer Website beschreiben. Ob Olympische Stangen, Latzugmaschinen oder auch Kurzhanteln bis zu einem Gewicht von 72 Kilogramm, die beiden Betreiber des Tulum Jungle Gyms setzen bei all ihren Geräten auf Nachhaltigkeit. ▶





Paradiesisches Konzept?

Da der sich seit Jahrzehnten immer schneller vollziehende Klimawandel mittlerweile stärker in den Fokus der Aufmerksamkeit gerückt ist, erscheint die Verwendung nachhaltiger Materialien nicht nur ein sinnvoller klimaschützender Beitrag zu sein, sondern auch bei der Vermarktung des Gyms durchaus seine Vorteile zu haben – das Jungle Gym sozusagen als grüne Alternative zu herkömmlichen Fitnesscentern.

Nach Einschätzung Marco Hirsigers geht diese Überlegung aber nicht ganz auf. «Beim dritten oder vierten Besuch hast du alles gesehen. Es ist gut gemacht und einfach ein Erlebnis, in den Ferien dort am Strand in Badesachen zu trainieren, sich gleichzeitig zu bräunen und anschliessend im Meer zu erfrischen. Man kann dort zwar auch wirklich trainieren, aber für jemanden, der seriös seinem Workout nachgehen möchte, ersetzt es nicht ein normales Center. Es ist mehr just for fun.»



Zielgruppe des Tulum Jungle Gyms sind so auch weniger die Einwohner Tulum, sondern vor allen Dingen Touristinnen und Touristen aus der ganzen Welt. «Dort trainieren kaum bis gar keine Einheimischen. Der Tageseintritt von umgerechnet knapp 32 CHF ist einfach unverhältnismässig teuer. Das zahlt man dort in anderen Studios fast für einen Monat», erklärt Marco Hirsiger. «Während der Regelöffnungszeiten gibt es auch keine Trainingsbetreuung», so der Schweizer Personal Coach weiter. Die Betreibenden des Tulum Jungle Gyms setzen somit auf ein personalarmes Konzept; die Trainierenden sind sich bei den Übungsausführungen selbst überlassen. Wobei das eigentliche Training auch etwas in den Hintergrund zu geraten scheint. «Zu gewissen Uhrzeiten sind die Leute dort mehr am Fotografieren und Filmen und weniger am Trainieren. Dann geht es vor allen Dingen darum, den Lifestyle zu zeigen.»

Der Instagram-Hype um das Gym

Trainierende, die die einzigartige Kulisse und die einmalige Trainingsausstattung auf Social Media teilen, blieben nach der Gründung 2017 nicht lange fern, und so gingen die Bilder vom



Fotos: Marco Hirsiger

Tulum Jungle Gym viral. «Die Bilder sind einfach sehr imposant und locken die Leute an», stellt Marco Hirsiger fest. Neben den zahlreichen Influencerinnen und Influencern, Fitnessfans und Promis berichten auch immer mehr Medien über das Trainingserlebnis im Tulum Jungle Gym. «Als ich vor der Corona-Pandemie dort hingereist bin, war das Gym nur morgens geöffnet, mittlerweile sind die Öffnungszeiten angepasst, denn das Center hat einen enormen Bekanntheitsgrad auf der ganzen Welt erlangt. Es ist regelrecht eine Attraktion geworden durch den Social-Media-Hype. Menschen reisen an, um es sich wie ein Museum anzuschauen. Und das Gym hat damit nicht nur Fitnessfans erreicht, sondern Touristen ganz allgemein.»

Um Werbung braucht sich das Tulum Jungle Gym also keine Gedanken zu machen, der Hype um das paradiesische Center reisst nicht ab. Da die Fitnessinfluencerinnen und -influencer von selbst zum Jungle Gym kommen, sind entsprechende vertragliche Kooperationen nicht nötig; sie bekommen auch beim Eintritt keine Sonderkonditionen. Ganz im Gegenteil: Weil der Run so gross ist, mussten sogar Regeln für die Besucherinnen und Besucher des Centers aufgestellt werden: Wer Fotos macht, muss darauf achten, dass die anderen Trainierenden nicht gestört werden oder auf den Bildern und Videos abgebildet sind.

Tulum Jungle Gym als Vorbild für Schweizer Center?

Die sozialen Medien sind aus dem Fitnesscentermarketing kaum noch wegzudenken. Nicht immer ist das ein solcher Selbstläufer wie im Tulum Jungle Gym und auch nicht immer ist die Zielgruppe so speziell wie dort (Fitness-touristinnen und -touristen). Doch lässt sich etwas bei den Centerbetreibern in Mexiko für die Studiopraxis in der Schweiz abschauen?

Eine Option ist die Kooperation mit Influencerinnen und Influencern, die, wie das Beispiel Tulum Jungle Gym zeigt, mit ihrer Reichweite und ihren hochwertigen Posts Trainierende ins Center werben können. «Das ist ein Ansatz, der recht ▶





gut funktionieren kann. Du lässt einen Promi oder Influencer in deinem Center kostenlos trainieren. Die produzieren dann entsprechenden Content und machen Stories in deinem Gym. Damit erreichst du vor allem die jüngeren potenziellen Mitglieder, sprich die 20- bis 30-Jährigen oder noch jüngeren. Wichtig ist dabei, dass du mit dem Influencer auch genau vertraglich regelst, welche Pflichten zu erfüllen sind: Wie viele Posts, wie viele Bilder, wie wird das Center in den Beiträgen und Stories markiert.» Von höchster Bedeutung ist ausserdem die fachliche Richtigkeit der Inhalte, um das Know-how des Centers adäquat zu präsentieren und sich als professionellen Fitnessdienstleister zu positionieren. Werden beispielsweise Übungen in den Videos oder Fotos der Influencer gezeigt, muss unbedingt darauf geachtet werden, dass diese auch korrekt ausgeführt und fehlerfrei erklärt sind. Durch die Hochwertigkeit dieses Contents kann sich sowohl der kooperierende Influencer als auch das Center von der Masse an Fitnessinhalten auf Social Media abheben. Im besten Fall können so Neukunden gewonnen und bestehende Mitglieder gebunden werden.

In Sachen Übertragbarkeit für die Schweizer Centerpraxis sieht Marco Hirsiger jedoch noch einen ganz anderen Aspekt des Tulum Jungle Gyms stärker im Kommen: das Outdoortraining. «Ich glaube der Trend für Outdoortraining ist nicht erst seit Corona in der Schweiz angekommen. Gerade im Sommer sind die Leute motiviert, sich draussen zu bewegen. Und das betrifft nicht nur die Fitnessfans. Wie im Jungle Gym auch, wollen die Menschen einfach – auch diejenigen, die jetzt nicht unbedingt zu den Fitnessfreaks gehören, – etwas für sich unter freiem Himmel machen.» Ein Gespräch mit einem Fitnessgerätehersteller bestätigt Marco Hirsigers Eindruck: «Outdoorgeräte liegen im Trend». Haben also Outdoortrainingsbereiche in den Fitnesscentern eine Zukunft? Im Hinblick auf die malerische Kulisse im Aussenbereich würden Schweizer Center dem Tulum Jungle Gym jedenfalls in nichts nachstehen.

Fazit

Das Tulum Jungle Gym bietet ein einmaliges Trainingserlebnis: karibischer Sandstrand und Trainingsgeräte aus Naturmaterialien. Auch wenn das Center nachhaltige Materialien verwendet, ist es jedoch eher keine «grüne Alternative» zu klassischen Fitnessanlagen. Ernsthaft Trainierende und Einheimische ziehen – nicht zuletzt wegen der Preise und der fehlenden Trainingsbetreuung – die standardmässigen Fitnesscenter vor. Durch seine aussergewöhnliche Optik und das einzigartige Trainingsangebot hat das Tulum Jungle Gym jedoch auf Social Media eine grosse Reichweite erlangen können. Fitnessfans und Prominente aus der ganzen Welt kommen in das Center, um dort zu trainieren und ihre Trainingsbilder online zu posten. Das Social-Media-Marketing ist durch die vielen Influencerinnen und Influencer zum Selbstläufer geworden. Auch Schweizer Center können mithilfe von Influencerkooperationen bestimmte Zielgruppen erreichen und so Mitglieder gewinnen und binden. Auch die Möglichkeit des Outdoortrainings ist ein Trainingsangebot, das sich die Studios hierzulande vom Tulum Jungle Gym abschauen können, da die Nachfrage hiernach stetig wächst. ■

MASSGESCHNEIDERTE KRAFTGERÄTE

Unvergleichliche Individualität
Einzigartig individualisierbar

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

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



MADE IN GERMANY

www.gym80.ch

info@gym80.ch

tel: 044 51 50 395

#KINGOFMACHINES

Köln wird erneut zur Fitnessmetropole

Der Countdown läuft

Bereits in wenigen Tagen ist es so weit: Am Donnerstag, 11. April, starten die FIBO und der FIBO Congress auf. Die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und die BSA-Akademie, die den Kongress unter Federführung der FIBO organisieren und durchführen, legen ein umfangreiches Referentenprogramm vor. Daneben bietet auch die FIBO selbst für (Fach-)Besucherinnen und Besucher eine breite Palette an Angeboten. Den Nachbericht zu Kongress und Leitmesse lesen Sie in der nächsten Ausgabe der FITNESS TRIBUNE.

11 – 13 APR 24
FIBO GLOBAL FITNESS
FIBO GLOBAL FITNESS
CONGRESS

Die FIBO, die weltweit grösste Messe für Fitness, Wellness und Gesundheit, rückt einen aktiven und ganzheitlich bewussten Lebensstil in diesem Jahr in den Fokus. Über 900 Aussteller präsentieren die Trends und Neuheiten des Jahres.

Zusätzlich erwarten besondere Messeangebote die Besucherinnen und Besucher, so gibt es am Stand der DHfPG und BSA-Akademie beispielsweise einen 20-Prozent-Sonderrabatt für die nächste Lehrgangsbuchung und natürlich das Angebot der persönlichen Beratung (Halle 7, Stand C63).

Meet Your Idols – Auszeichnungen für herausragende Frauen – Football-Festival

Zu der bunten Angebotspalette für die Besucherinnen und Besucher zählen beispielsweise das «FIBO Football Festival», dort wird es u. a. Livetalks, Meet & Greets oder auch Fitness Challenges geben – inklusive Game-Day-Atmosphäre.

Während der FIBO findet auch die Preisübergabe «RX Female Award» freitags im Rahmen des «FIBO Ladies Lunch» statt.

Dort werden Frauen, die Vorreiterinnen in ihrem Bereich sind, in zwei Kategorien ausgezeichnet: «RX Role Model» und «RX Youngster».

Dabei richtet sich «Role Model» an Frauen, die mindestens zehn Jahre Berufserfahrung vorweisen können und als Vorbilder fungieren. Während «Youngster» für Frauen gedacht ist, die maximal 35 Jahre alt sind und die durch ihre Innovationskraft überzeugen. Die Patronanz übernimmt 2024 die Unternehmerin und Autorin Tijen Onaran.

«Viele kompetente und engagierte Frauen bringen die Fitness- und Gesundheitsbranche tagtäglich voran. Eine entsprechende Anerkennung dieser Fach- und Führungskräfte darf nicht ausbleiben. Deshalb ist das klare Ziel, zukünftig nicht nur über die Geschlechtergleichstellung zu reden, sondern diese als Selbstverständlichkeit in der Gesundheits- und Fitnessbranche fest zu etablieren und letztendlich auch in unserer Gesellschaft», fasst Juror Janosch Marx, Geschäftsführer des Fachverlags fitness MANAGEMENT, das Ziel dieser Auszeichnung zusammen.



Ein besonderes Schmankerl bietet die FIBO mit der Möglichkeit, die eigenen Idole hautnah zu erleben und ein Erinnerungsfoto zu schiessen, z. B. mit: Bahar Ayra, Bodybuilderin, Jasmin Lehmann, u. a. Personal Trainerin sowie den Bodybuildern Urs Kalecinski (The Miracle Bear) und Bright Eze.

FIBO für verschiedene Besuchertypen

Auf dem FIBO Campus gibt es neben dem FIBO Congress auch mehrere Angebote für Physiotherapeuten (Physio Congress) sowie das Symposium Sportmedizin und Sportphysiotherapie, welches sich zusätzlich noch an Sportmediziner richtet.

Wer selbst aktiv werden möchte, kann dies auch tun und sich an einem der Parcours ausprobieren. Beim Functional Forum gibt es über 100 Kurse, Workshops und Vorträge für Trainer. Auch als Zuschauer gibt es einiges zu sehen, so zum Beispiel auf der POWER Stage, wo man in die Welt des Bodybuildings eintauchen kann.

Sogenannte «Guided Tours» sind für Spa- und Wellness-Experten sowie die Hotellerie ausgelegt, dahinter verbergen sich geführte Rundgänge, die auf diese Zielgruppe ausgelegt

sind. «Die FIBO bietet mit dem FIBO-Hoteltag Hoteliers und Managern von Wellnessanlagen interessante Fachvorträge, Expertentalks und einen Marktüberblick mit Neuheiten sowie einen spannenden Austausch unter Kollegen. Die FIBO ist ein «Muss» für alle, die die Themen Fitness, Wellness und Gesundheit in ihr Hotelkonzept mit einbinden wollen», beschreibt Eva Herrmann (CEO The Hospitality Experience, Managerin Fritz Hotel GmbH, Präsidiumsmitglied DEHOGA Nordrhein) das Angebot für diese Zielgruppe.

FIBO Congress 2024 mit über 80 Fachvorträgen

Daneben gibt es auch 2024 wieder den FIBO Congress, der mit über 80 Fachvorträgen aufwarten kann. Die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und die BSA-Akademie, die den Kongress unter Federführung der FIBO organisieren und durchführen, legen ein umfassendes Referentenprogramm vor.

Denn an drei der vier Messetagen sprechen Expertinnen und Experten zu branchenrelevanten Themen in sechs verschiedenen Themensträngen. ▶

Auszug aus dem Programm mit über 80 Vorträgen



Donnerstag, 11. April, 2024

Uhrzeit	Referent/Referentin	Vortrag	Themenstrang
11:00 Uhr	Prof. Dr. Sabine Kind	«Gesunder Schlaf – Handlungsfeld für Fitness-/Gesundheitsstudios im Rahmen eines BGM?»	Betriebliches Gesundheitsmanagement
16:15 Uhr	Prof. Dr. Sarah Kobel	« «Erfolgsgeheimnis» Humor zur Gewinnung bisher unerreichter Zielgruppen»	Management

Freitag, 12. April, 2024

Uhrzeit	Referent/Referentin	Vortrag	Themenstrang
11:00 Uhr	Marcel Reuter	«Profitieren Non-Responder von High-Intensity Interval Training (HIIT)?»	Training
16:15 Uhr	Dr. Barbara Nützel	«Mentales Training als optimale Ergänzung zum körperlichen Training?»	Mental/Coaching

Samstag, 13. April, 2024

Uhrzeit	Referent/Referentin	Vortrag	Themenstrang
11:00 Uhr	Ralf Capelan	«Die Verbindung von Geschäftsmodell und Lean-Startup-Ansatz zum Businessplan»	Existenzgründung
16:15 Uhr	Clive Salz	«Die Leichtigkeit der Gewichtszunahme – Ernährungstherapie statt Diäten»	Ernährung

Neben den beispielhaft genannten Vorträgen wird das Programm aber auch durch Themen wie Ernährungsberatung mit Kindern, Hinweise zum Training in der Schwangerschaft oder Ideen zur Personalentwicklung abgerundet.

Drei Tage netzwerken

Die Zusammenkunft der Branche soll auch, wie in den vergangenen Jahren, zum Pflegen von Kontakten, zum Kennenlernen neuer Personen und Produkten dienen.

Eine weitere Möglichkeit, um den Expertinnen und Experten aus den Fachvorträgen Fragen zu stellen, bietet erneut die «Speakers Corner».

Dort stehen die Referierenden nach ihren Vorträgen Rede und Antwort, sodass keine Fragen offenbleiben müssen, wodurch für die (Fach-)Besucher ein Mehrwert für die tägliche Arbeit direkt verankert werden kann. Darüber hinaus gibt es für den

informellen Austausch auch noch die Möglichkeit des Netzwerks in der Kongress-Lounge.

Einen Nachbericht zu FIBO und FIBO Congress finden Sie in der nächsten Ausgabe. Impressionen direkt von der Messe erhalten Sie über unsere Social-Media-Kanäle. Schauen Sie vorbei! ■

Weitere Informationen zum FIBO Congress finden Sie unter: www.fibo-congress.com

Das Upgrade-Campus-Ticket gibt es bereits ab 89 Euro unter: www.fibo-congress.com/tickets

Öffnungszeiten der FIBO:
Donnerstag bis Sonntag – 9 bis 18.00 Uhr
www.fibo.com

DUAL STUDIERENDE – wertvolle Mitarbeiter für Ihr Center

Lehrveranstaltungen auch digital möglich!



Vor Ort in Zürich

B. A.
Fitnessökonomie



NEU

B. A. Sport- und
Bewegungstherapie



B. Sc.
Sport-/Gesundheitsinformatik



B. A.
Sportökonomie



B. A.
Gesundheitsmanagement



B. A.
Fitnessstraining



B. A.
Ernährungsberatung



safs.com/studium

Offizieller Kooperationspartner der DHfPG:

 **SAFS**
SWISS ACADEMY OF FITNESS & SPORTS



Deutsche Hochschule
für Prävention und Gesundheitsmanagement
University of Applied Sciences

Zurück zu alter Stärke

ECKDATEN '24

DER DEUTSCHEN FITNESSWIRTSCHAFT

Die «Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft 2024» zeigen, dass die Branche auf bestem Wege ist, sich von der Krise zu erholen und das Vorkrisenniveau perspektivisch betrachtet weit zu übersteigen. Wichtige Parameter wie die Mitgliederzahlen entwickeln sich auch im Jahr 2023 positiv. Der Zukunftscharakter der Branche spiegelt sich insbesondere im veränderten Gesundheitsbewusstsein der Trainierenden wider, dem die Branche mit einem entsprechenden Leistungsportfolio, ihrer schwerpunktmässigen Positionierung und den gewählten Weiterbildungsmassnahmen Rechnung trägt.

Die «Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft» wurden am 20. März 2024 in Köln vorgestellt. Die Studie betrachtet den Zeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2023 – und zeigt: Die Gesundheits- und Fitnessbranche findet auch in Deutschland wieder zurück zu alter Stärke. Nach den ersten beiden Krisen-jahren zeigte sich bereits 2022 wieder eine positive Entwick-

lung wichtiger Parameter, die sich 2023 weiter fortsetzt. Das Vorkrisenniveau konnte in vielen Bereichen noch nicht wieder erreicht werden, die Branche aber befindet sich auf einem insgesamt sehr guten Weg und stellt hierbei einmal mehr unter Beweis, dass sie auch bei unseren deutschen Nachbarn zu-recht als Zukunftsbranche gilt.

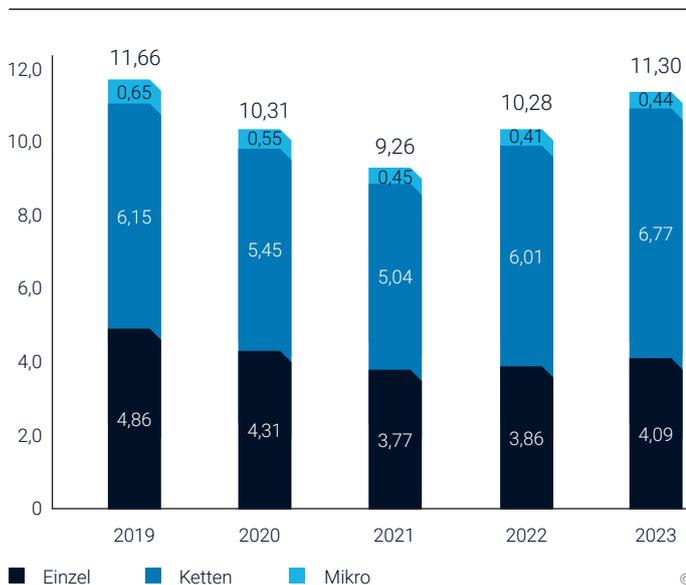


Abb.1: Mitgliederzahlen im Verlauf 2019 bis 2023 (in Mio.)

© DSSV

Mitgliederzahl wächst auch 2023 weiter

Bereits im Jahr 2022 konnte die Branche wieder einen Mitgliederzuwachs von mehr als einer Million Mitglieder verzeichnen. Auch im Jahr 2023 steigt die Mitgliederzahl um 1,02 Millionen auf insgesamt 11,30 Millionen Mitglieder (vgl. Abb.1).

Damit bleibt die Gesamtmitgliederzahl im Jahr 2023 allerdings noch hinter dem Vorkrisenniveau aus 2019 zurück (11,66 Millionen). Dass die Fitness- und Gesundheitsanlagen zwei Jahre in Folge wieder derartige Mitgliederzuwächse verzeichnen, obgleich sich die Zahl der Anlagen weiter rückläufig zeigt, unterstreicht den Charakter der Branche als Zukunftsbranche deutlich.

Starkes Commitment gegenüber Fitness und Gesundheit

Der Mitgliederzuwachs zeigt sich nicht nur vor dem Hintergrund leicht rückläufiger Anlagenzahlen. Insbesondere auch mit Blick auf die wirtschaftliche Situation in Deutschland ist der Mitgliederzuwachs als starkes Commitment gegenüber den

Foto: Pressmaster – Envato Elements

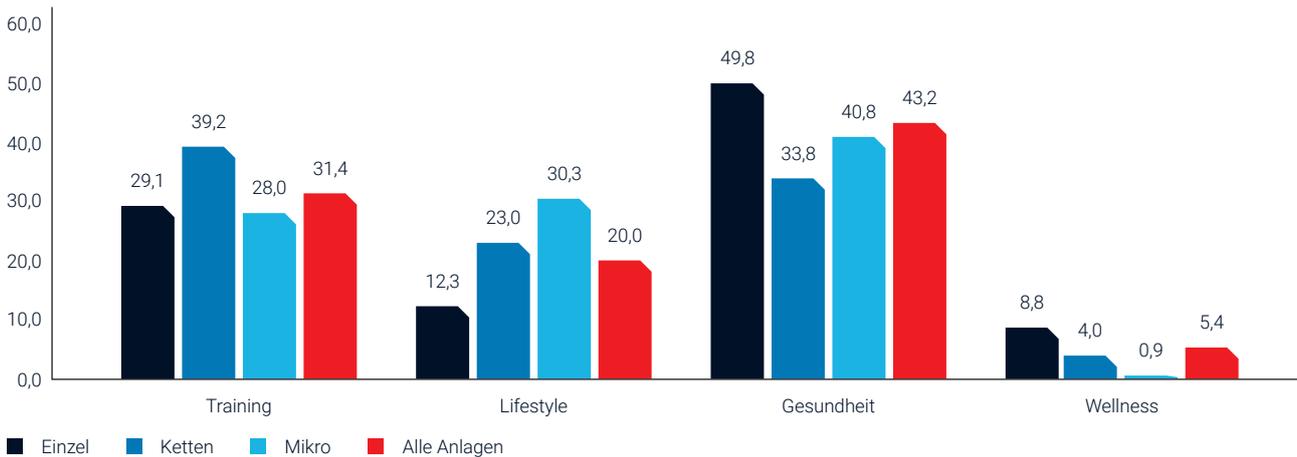


Abb.2: Anlagen nach Positionierung 2023 (starke bis sehr starke Positionierung, in %)

© DSSV

Themen Fitness und Gesundheit zu werten. Zwar war 2023 das erste Jahr seit Beginn der Corona-Krise, das für die Branche gänzlich ohne Einschränkungen verlaufen ist, die anhaltende Ukraine-Krise und jüngst die Energiekrise, um nur zwei Beispiele zu nennen, bedingen jedoch eine sinkende Kaufkraft in Deutschland. Sinkt die Kaufkraft, müssen Ausgaben mit einer – aus Sicht des Konsumenten – geringeren Wertigkeit als andere reduziert oder eingestellt werden. Statt aber die Ausgaben für ein regelmässiges Fitnessstraining einzusparen, was sich in einer rückläufigen Mitgliederzahl widerspiegeln würde, investieren die Menschen weiter in ihr Training – die Zahl der Trainierenden nimmt sogar zu. Auch die Tatsache, dass die Mitglieder die Preissteigerung in der Branche auf durchschnittlich 45,91 EUR für eine 12-Monatsmitgliedschaft akzeptieren, untermauert diesen Sachverhalt. Die anhaltend starke Positionierung der Anlagen im Bereich «Gesundheit» (vgl. Abb. 2) geht mit dieser Entwicklung in der Bevölkerung Hand in Hand.

Weiterbildung als wichtiger Teil des Gesundheitsauftrags

Das gesteigerte Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung dient als wichtiges Fundament der Branche, auf dem sie ihre Position als Gesundheitsdienstleister weiter stärken kann. In diesem Zusammenhang spielt auch die Mitarbeiterqualifikation eine erhebliche Rolle, denn: Vertrauen in eine Dienstleistung, hier also «Gesundheit», entsteht als Resultat der Interaktion zwischen Anbieter und Kunde, sodass eine entsprechende Mitarbeiterqualifikation Grundvoraussetzung ist, um dieses Vertrauen der Mitglieder zu gewinnen. Darüber hinaus kann Vertrauen wichtige Parameter der Geschäftsbeziehung – wie die Loyalität gegenüber dem Anbieter – positiv beeinflussen (Gröppel-Klein & Kobel, 2017). Diese wiederum ist eine Voraussetzung dafür, dass Menschen tatsächlich regelmässig trainieren – und so die wissenschaftlich hinreichend belegten gesundheitspositiven Effekte eines regelmässigen Trainings für sich realisieren können. Neun von zehn Anlagen (89 %) haben ihre Mitarbeitenden im Jahr 2023 weitergebildet und damit in diese wichtige Ressource investiert.

Der Fokus der Anlagen richtet sich im Betrachtungszeitraum verstärkt auf Weiterbildungen mit Bezug zum Kerngeschäft (gerätegestütztes Krafttraining, gerätegestütztes Herz-Kreislauf-Training). Daneben gewinnen Qualifikationen in den Bereichen «Betriebliches Gesundheitsmanagement/Betriebliche Gesundheitsförderung» sowie «Sport- und Bewegungstherapie» an Bedeutung. Die Fokussierung auf derartige Angebote rundet das Bild des Gesundheitsdienstleisters weiter ab.

Fazit

Die Gesundheits- und Fitnessbranche ist auf dem besten Weg, das Vorkrisenniveau wieder zu erreichen und perspektivisch zu übersteigen. Das Gesundheitsbewusstsein der Bevölkerung und die starke Internalisierung des Gesundheitsauftrags durch die Branche, gepaart mit einem entsprechenden Leistungsangebot und intensiven Weiterbildungen der Mitarbeitenden, stellen die Weichen für die Branche und weisen auf eine florierende Zukunft hin. ■

Mehrwert für Österreich und die Schweiz

Deutschland als der grösste der drei Ländermärkte lässt nicht nur Potenziale und Trends auch für den eigenen Markt erkennen. Zeigen sich in den Märkten der DACH-Region parallele Entwicklungen, wie es in den vergangenen beiden Jahren in der Schweiz und Deutschland bereits der Fall war, so entstehen Synergien, aus denen enorme Chancen für die Fitnessbranche resultieren. Weiter steht den Ländermärkten durch die identische Methodik der drei Eckdatenstudien nicht nur jeweils eine landesweite Studie als Argumentationsgrundlage gegenüber wichtigen Verhandlungspartnern zur Verfügung. Dem wissenschaftlichen Gesamtwerk aus drei Länderstudien kommt in diesem Zusammenhang ein höheres Gewicht und eine noch höhere Aussagekraft zu, die alle drei Ländermärkte im Austausch mit Politik, Wirtschaft und weiteren relevanten Interessenvertretern für sich nutzen können und sollten.

Literaturliste

Gröppel-Klein, A., & Kobel, S. (2016). Vertrauen. In C. Hans & S. Roth (Hrsg.), Handbuch Dienstleistungsmanagement, (S. 233-253). München: Vahlen.

DSSV e. V. – Arbeitgeberverband Deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (Hrsg.). (2024). Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft 2024. Hamburg: Hrsg.



Kai Troll neuer CEO von EuropeActive

Ziel: Die europäische Gesundheits- und Fitnessmission voranbringen

EuropeActive, der europäische Gesundheits- und Fitnessverband mit Sitz in Brüssel, gibt mit Stolz die Ernennung von Kai Troll zu seinem neuen Vorstandsvorsitzenden bekannt. Diese strategische Ernennung unterstreicht das Engagement der Organisation, mehr Menschen aktiver zu machen und den Wert von körperlicher Aktivität in der Gesellschaft zu fördern.

Nach einem umfassenden Auswahlverfahren, das vom Verwaltungsrat durchgeführt wurde, einschliesslich einer detaillierten Bewertung durch eine professionelle Agentur, wurde Kai Troll für diese Position ausgewählt.

Kai Troll bringt eine Mischung aus Erfahrung und Fachwissen mit und verfügt über umfangreiche Kenntnisse als CEO/MD in verschiedenen Bereichen wie Sport, Verbände, NGOs, Gesundheit, Unterhaltung und Philanthropie.

Zu den wichtigsten Höhepunkten seiner Karriere gehören u. a. die Arbeit für ein bekanntes Familienunternehmen in Nordamerika und Europa, die Tätigkeit für International Sport and Cultural Association (ISCA) sowie für mehrere internationale

und europäische Verbände in den Bereichen NCD, neue Technologien, Sport und Bildung.

Troll ist ausserdem ehrenamtlicher Präsident von ASSOCIATIONWORLD mit Sitz in Brüssel, Europas grösstem Netzwerk von europäischen und internationalen Verbänden. Als solcher ist er Mitbegründer des Geneva International Association Forum (GIAF), des Brussels International Association Forum (BIAF), des Washington International Association Forum (WIAF), des Montreal International Association Forum (MIAF) und des Irish Association Forum (IAF).

Zuvor war er unter anderem Präsident und CEO von Best Buddies EMEA, Direktor bei Special Olympics Inc. in Europa/

Eurasien und leitender Unternehmensberater bei der Boston Consulting Group. Er leitete Partnerschaftsinitiativen mit Riverdance und anderen bekannten kommerziellen Unterhaltungsunternehmen. Kai Troll war Mitglied der UN-Plattform für Sport, Entwicklung und Frieden, ist ein aktiver Mitarbeiter der UN-SDGs [Anm. d. Red.: 17 Sustainable Development Goals, dt.: Ziele für nachhaltige Entwicklung der UN] und Mitglied der Clinton Global Initiative (CGI) Health Matter Track.

Die Ernennung von Kai Troll ist das Ergebnis einer aussergewöhnlichen Erfolgsbilanz in den Bereichen EU-Angelegenheiten, Veranstaltungsmanagement, strategische Führung, Finanzmanagement und Engagement auf höchster Ebene für Interessengruppen. Der Verwaltungsrat war der Ansicht, dass sein erfahrener Führungsstil, der von Bescheidenheit und Anpassungsfähigkeit geprägt ist, ihn zum idealen Kandidaten macht, um EuropeActive in eine neue Ära zu führen.

Zu seiner neuen Aufgabe sagte Kai Troll: «Ich fühle mich geehrt und freue mich, EuropeActive zu leiten. Diese Rolle bietet eine einzigartige Gelegenheit, zur Gesundheit und zum Wohlbefinden der Menschen in ganz Europa beizutragen. Ich freue mich darauf, mit allen Stakeholdern zusammenzuarbeiten, um unsere Mission voranzutreiben und einen nachhaltigen

Einfluss auf den Gesundheits- und Fitnesssektor auszuüben, indem wir diese fantastische Gemeinschaft, die sich bei EuropeActive gebildet hat, weiter zusammenführen.»

David Stalker, Präsident von EuropeActive, kommentierte: «Kais grosse Erfahrung und seine nachweisliche Erfolgsbilanz in Führungspositionen in verschiedenen Sektoren machen ihn zu einem unschätzbaren Gewinn für EuropeActive. Wir sind zuversichtlich, dass EuropeActive unter der Leitung von Kai neue Höhen bei der Förderung von Gesundheit und Fitness in ganz Europa erreichen wird. Kais Präsenz in Brüssel stellt sicher, dass EuropeActive die nötige Führung hat, um die Interessen des Gesundheits- und Fitnesssektors in Europa effektiv zu vertreten und voranzubringen, insbesondere bei den europäischen Institutionen.»

Andreas Paulsen, der scheidende Executive Director von EuropeActive, sagte: «Ich bin unglaublich glücklich, dass unser Vorstand einen neuen CEO für EuropeActive ernannt hat, der eine wirklich aussergewöhnliche Erfolgsbilanz aufweist. Es ist ein grosses Privileg, EuropeActive und die Branche zu repräsentieren. Ich bin davon überzeugt, dass Kai die hervorragende Entwicklung, die wir vor vier Jahren mit dem «Sectorial Manifesto» begonnen haben, weiter vorantreiben wird.»

Anzeige

ENTWICKELT FÜR IHRE FITNESS

DIE UNVERZICHTBARE SOFTWARE FÜR IHR UNTERNEHMENSMANAGEMENT



Einfaches und intuitives Check-in



Integriertes Kassensystem



Sofortige Schuldnerinformationen



Daten überall zugänglich

NEW

Booking online Reservierungen von Ihrer Website aus

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

NEW

Shop online Ihre Abonnemente in 2 Klicks verkauft

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

Für eine kostenlose Demo



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

 **echino**



SWISS
MADE

VERANSTALTUNGEN

EVENTS

11.04. – 13.04.2024	FIBO Congress, Köln
11.04. – 14.04.2024	FIBO, Köln
19.04. – 20.04.2024	IFBB Mr. Universe Liechtenstein, Vaduz
23.04. – 24.04.2024	vocatium, München

Bodybuilder Wesley Vissers
siegt doppelt

Niederländer gewinnt «Arnold Classic» USA und UK

Wesley Vissers (31) hat Anfang März den ersten Platz bei dem Bodybuildingwettbewerb «Arnold Classic» in der Kategorie «Classic Physique» im US-Bundesstaat Ohio belegt. Vissers siegte vor dem Titelverteidiger Roman Rocha Queiroz (Platz 2) und Urs Kalecinski (Platz 3) und sicherte sich somit ein Preisgeld von 60 000 USD. Wesley Vissers wird von einem der derzeit bekanntesten Vorbereiter im Bodybuilding-Bereich gecoacht, von dem Österreicher Stefan Kienzl (43), der bereits zahlreiche andere Bodybuilder erfolgreich auf ihre Wettkämpfe vorbereitete.

Knapp zwei Wochen später bei den «Arnold Classic» UK in Birmingham entschied Vissers die gleiche Kategorie für sich und hat bereits das nächste Ziel im Visier: die International Fitness and Bodybuilding Federation (IFBB) Mr. Universe in Liechtenstein, die am 19. und 20. April in Vaduz ausgetragen wird.

www.arnoldsports.com



Volle Ränge, innovative Geräte und
inspirierende Momente

five Heimat-Event

Über 250 Gäste, darunter Physiotherapeuten, Studiobetreiber und Industriepartner aus der Schweiz, Österreich und Deutschland, versammelten sich zum five Heimat-Event am 1. März 2024 in Hüfingen im Schwarzwald.

Nach einem Get-together begrüßte Wolf Harwath, Geschäftsführer der Five Konzept GmbH & Co. KG, die zahlreichen Gäste am Produktionsort der five-Geräte und präsentierte die Meilensteine der rund 20-jährigen Geschichte von five: von der Gründung über den Durchbruch auf der FIBO 2013 bis hin zu internationalen Kooperationen. five ist mittlerweile in 27 Ländern vertreten und zählt mehr als 2500 Kunden aus den Bereichen Fitness, Physiotherapie und Klinik.

Ein besonderes Highlight bildete die Vorstellung der beiden neuen Geräte: der «Rotator» und der «Adductor 2.0».

Die beiden five-Geschäftsführer zeigten sich restlos begeistert und dankbar: «Das Heimat-Event war für uns ein voller Erfolg! Unser Ziel war es, die Innovationskraft, Geschichte und Gemeinschaft von five für unsere Besucher erlebbar zu machen. Ich bin überzeugt davon, dass uns das gelungen ist!», sagte Wolf Harwath.

bit.ly/five-heimat-event-2024

Checkliste für die Studienbewerbung

In fünf Schritten zum dualen Studium an der DHfPG

Die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) bietet auf der Landingpage «Studienbewerbung leicht gemacht» eine Klickanleitung, um in fünf Schritten das Bewerbungsverfahren abschließen zu können.

Dadurch ermöglicht sie künftigen Studierenden einen Überblick, sodass bei der Einschreibung nichts schiefgehen kann und man Stück für Stück die notwendigen To-dos abarbeiten kann. Im ersten Schritt wird das Kontaktformular ausgefüllt und erste Dokumente können hochgeladen werden. Danach folgt die Kontaktaufnahme vonseiten der DHfPG, um über individuelle Wünsche für den Ausbildungsbetrieb zu sprechen. Nach Prüfung der eingereichten Unterlagen wird in Schritt drei die Hochschulzugangsberechtigung geprüft. Auf Wunsch kann zudem das eigene Stellengesuch unter aufstiegsjobs.de inseriert werden und man ist damit bereits im vierten Schritt angelangt. Nachdem Studierende und Ausbildungsbetriebe zusammengefunden haben, müssen nur noch die Anmeldeunterlagen eingereicht werden und das Studium kann zum gewünschten Starttermin aufgenommen werden, wodurch auch Schritt fünf erledigt ist.

Der Vorteil für Ausbildungsbetriebe: Hochschulzugangsberechtigungen sind bereits geprüft, unter aufstiegsjobs.de werden überprüfte Stellengesuche entsprechend markiert und mit dem Service «Stellengesuch per Mail» bekommen registrierte Betriebe noch mehr passende Profile per E-Mail zugesendet.

Der Career Service steht unter Tel. +49 681 6855 580 für persönliche Fragen zur Verfügung.

www.dhfpg.de/studienbewerbung



Anzeige

Besuchen Sie uns auf der
FIBO in Köln
vom 11. – 14. April 2024
in Halle 8, Stand C15

wanzl

Unlock Your 24/7 Access

Access Solutions made by Wanzl

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

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

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



Gemeinsam für den Erfolg der Fitness- und Gesundheitsbranche

DSSV e. V. und EAfG e. V. kooperieren



Der DSSV-Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen e. V. und die Experten Allianz für Gesundheit (EAfG) e. V. arbeiten künftig zusammen. Die beiden Verbände werden ab sofort abgestimmt agieren, um die Gesundheits- und Fitnessbranche in Deutschland zu unterstützen.

Die beiden Branchenverbände DSSV e. V. und EAfG e. V. sind sich nach einem intensiven und umfangreichen Austausch, der sowohl die Erfahrungen aus der Vergangenheit als auch die zu erwartenden Herausforderungen der Zukunft berücksichtigt hat, darüber einig, dass die Interessen der Gesundheits- und Fitnessbranche nur gemeinsam vertreten und die bestehenden Herausforderungen nur zusammen gelöst werden können.

Eine abgestimmte Kommunikation, Positionierung und Zielsetzung für die Fitness- und Gesundheitsbranche ist essenziell, um die bestmögliche Interessenvertretung für die Betreiber von Fitness- und Gesundheitsanlagen zu erreichen.

www.dssv.de

www.expertenallianz-gesundheit.de

Informieren und sparen am Stand der DHfPG/BSA-Akademie

20 Prozent FIBO-Rabatt

Besucherinnen und Besucher der FIBO, der weltweit grössten Leitmesse für Fitness, Wellness und Gesundheit, die vom 11. bis 14. April in Köln stattfindet, können am DHfPG/BSA-Stand eine umfassende Beratung zu den Qualifizierungsmöglichkeiten mit BSA-Lehrgängen und zum Studienangebot der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) erhalten.

Zusätzlich sichern sie sich einen exklusiven FIBO-Vorteil von 20 Prozent Rabatt auf Lehrgangsbuchungen. Darüber hinaus können sich Standbesucherinnen und -besucher auch hinsichtlich des dualen Studiensystems der DHfPG beraten lassen.

Zu den Angeboten der DHfPG zählen sieben Bachelor und vier Masterstudiengänge, z. B. B. Sc. Sport-/Gesundheitsinformatik oder M. A. Prävention und Gesundheitsmanagement.

Der DHfPG/BSA-Stand befindet sich in Halle 7, C63. Kommen Sie vorbei und sichern Sie sich Ihren Vorteil – inklusive Beratung, welche Qualifizierung zu Ihren Zielen am besten passt.

Beratungstermine können auch gern im Voraus vereinbart werden: Rufen Sie am besten gleich unter +49 681 6855 343 an und nutzen Sie Ihre FIBO-Zeit effektiv!

www.bsa-akademie.de



FIBO-VORTEIL



zusätzlich
20%

SONDERRABATT
auf BSA-Lehrgänge sichern

INTELLIGENT TRAINING CONSOLE 2.0

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

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



EINFACH ANMELDEN PER RFID

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



EINFACH ALLES IM BLICK BEHALTEN

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



EINFACH BESSER TRAINIEREN

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



Coaching & Beratung – Sinn oder Unsinn?

Als Unternehmensberater und Coach mit über 40-jähriger Erfahrung stelle ich immer wieder fest, wie unterschiedlich die Reaktionen der Centerbetreiber sind, wenn über das Thema Unternehmensberatung gesprochen wird. Für die einen ist «sich von einem Unternehmensberater helfen zu lassen» ein Zeichen von Schwäche, für andere ist es ein klarer «Make-or-Buy-Entscheid». Sie wissen ganz genau, dass sie das anstehende Problem wahrscheinlich in irgendeiner Art auch selbst lösen könnten, doch wollen sie ihre Zeit für Dinge nutzen, die sie lieber machen oder besser können.

Da der Name «Unternehmensberater» gesetzlich nicht geschützt ist, kann sich eigentlich jeder so nennen. Es ist deshalb sehr wichtig, dass Sie sich im Klaren sind, was Sie überhaupt von einer guten Unternehmensberatung erwarten und welche Ansprüche Sie an diese stellen können.

Was versteht man unter Unternehmensberatung?

Ein Unternehmensberater hat einen gewissen Einfluss auf ein Individuum, eine Gruppe oder einen Betrieb. Er hat jedoch nicht die Macht, Veränderungen herbei- oder Programme einzuführen. Ein Manager hat dagegen direkte Kontrolle über Handlungen. Sobald Sie direkte Kontrolle übernehmen, sind Sie ein Manager (Block, 1997). Eric Sevareid definiert es wie folgt: «Consultant: an ordinary guy more than 50 miles from home». Persönlich für mich: «Der Coach oder Berater ist der einzige Mensch, der mit dem Unternehmer offen und direkt spricht!» (Edy Paul)

Die Basis der Unternehmensberatung ist also die Annahme, dass Berater das nötige Wissen besitzen, um Unternehmern zu helfen. Doch wie kann eigentlich diesen Unternehmern geholfen werden? Was sind die Bedürfnisse dieser Unternehmer? Brauchen sie eigentlich Beratung oder vielleicht doch eher «Coaching», «Training», «Therapie» oder «Schulung»? Die drei letzteren Begriffe sind wahrscheinlich jedem einigermaßen klar und werden hier wie folgt definiert:

- **Training:** eine Methode bzw. Fähigkeiten erlernen
- **Therapie:** Beschäftigung mit der Vergangenheit, Ursachenforschung
- **Schulung:** Aneignung von Wissen

Doch was ist der Unterschied von Coaching und Beratung?

In der Beratung weiss der Berater das, was der Kunde nicht weiss. Der Kunde schildert sein Problem, der Berater präsen-

tiert eine Lösung. Diese Lösung entspricht oft dem Weltbild des Beraters. So gibt es sehr viele gute Beratungskonzepte, die nie in die Tat umgesetzt werden, da sie vielfach nicht auf den Kunden abgestimmt waren.

Der Coach geht davon aus, dass der Klient die für ihn beste Lösung selbst weiss bzw. entwickeln kann. Der Coach hilft dem Klienten bei dieser Entwicklung. Die Lösung des Problems, die durch ein Coaching entsteht, entspricht vollkommen dem Klienten und ist für diesen nach seinem Selbstverständnis umsetzbar. Der Coach geht also davon aus, dass der Klient die beste Lösung bereits in sich trägt.

Sie sehen hier bereits, dass der klassische Begriff «Unternehmensberatung» vielfach der eigentlichen Tätigkeit nicht entspricht. Ich, der «Unternehmensberater», war eigentlich meistens als «Coach» tätig, denn meine Kunden waren (und sind) vielfach selbst in der Lage, entsprechende Lösungen zu finden. Ich konnte sie allerdings auf den richtigen Weg bringen, ihnen notwendige Hinweise geben und ihnen zusätzlich professionelle Unterstützung bieten, damit sie schneller und einfacher sowie eventuell auch bessere Lösungen für ihre Probleme finden konnten.

Warum Beratung?

Es gibt also viele Gründe, warum Unternehmer externe Beratungsleistung «einkaufen». In vielen Fällen handelt es sich dabei eigentlich, wie oben erwähnt, um Coaching. Die Grenze zwischen Coaching und Beratung im eigentlichen Sinne ist allerdings fließend. Letztere ist immer dann gefordert, wenn ein Unternehmer für ein Problem keine geeignete Lösung findet; irgendwo dazwischen, wenn er zu einer ihm geeignet scheinenden Lösung die neutrale Meinung von einem aussenstehenden Experten einholen will. Es gibt auch viele Unternehmer, die anstelle von zusätzlichem Personal Berater engagieren. Diese übernehmen dann exakt definierte Funktionen in diesem Unternehmen. Diese Art der Beratung ist eher mittel- und langfristiger Natur. Daneben gibt es auch Projektberatung, die kurzfristig sein kann (z. B. das Erstellen einer Analyse).

Es gibt sehr viele unterschiedliche Aufgaben, die ein Berater respektive ein Coach für einen Unternehmer übernehmen bzw. durchführen kann.

Die Managementberatung oder Strategieberatung ist dabei wohl die Königsdisziplin, die allerdings stark mit anderen Beratungsarten verzahnt ist; z. B. mit ...

- der Personalberatung,
- der Marketingberatung,
- der Finanzberatung,
- der Prozessberatung

und vielen Arten mehr.

Um nun noch einmal zum Anfang zurückzukommen: Sie sollten strenge Kriterien aufstellen und entsprechende Anforderungen formulieren; diese könnten wie folgt sein:

- Eine Sympathie zum Berater muss vorhanden sein.
- Der Berater hat eine langjährige Berufserfahrung (mindestens zehn bis 15 Jahre).
- Die fachliche Kompetenz des Beraters muss überdurchschnittlich sein.
- Eine menschliche und soziale Kompetenz sowie Seriosität und Effektivität müssen vorhanden sein.
- Er ist neutral, absolut diskret und trifft klare Abmachungen, an die er sich auch hält.
- Er passt sich dem Kunden an und hat ein grosses Beziehungsnetz in der Branche.
- Ein Berater verkauft kein Material, sondern nur eine Dienstleistung.
- Welche Referenzen hat der Berater?

Abschliessend kann ich Ihnen noch zu folgenden Überlegungen raten:

- Haben Sie die Planung für 2024 bereits gemacht (Budget/Marketingplan etc.)?
- Haben Sie eine Strategie, und wenn ja, stimmt diese nach wie vor?
- Haben Sie für dieses Jahr für alle jetzt schon bekannten Probleme bereits eine mögliche (und auch gute) Lösung?
- Haben Sie für eventuell zukünftig auftauchende Probleme bereits Lösungsansätze?
- Wollen Sie (wieder) mehr Erfolg haben?
- Wollen Sie Ihre Arbeitszeit dort einsetzen, wo Ihre Stärken sind?
- Haben Sie einen kompetenten, neutralen und nicht ortsansässigen Gesprächspartner und Fachmann, der mit Ihnen in aller Offenheit Ihre Aufgaben und Lösungen bespricht?

Je nachdem wie Ihre Antworten ausfallen, sollten Sie sich überlegen, eventuell mit einem Berater Kontakt aufzunehmen. Doch nehmen Sie hier nicht den Erstbesten, sondern prüfen Sie gut.

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg mit dem richtigen Coach und Berater! ■

Ihr Edy Paul



Edy Paul

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

Literaturliste

Block, P. (1997). Erfolgreiches Consulting. Das Berater-Handbuch. Frankfurt/Main: Campus.



Kompetenz ohne Verständnis –

Warum wir vieles können, ohne es zu verstehen



In der letzten Ausgabe habe ich das traditionelle «Vier-Stufen-(In)Kompetenz-Modell» vorgestellt. Die beigefügte Skizze erklärt nochmals die Stufen von eins bis vier. Heute stelle ich Ihnen die fünfte Stufe vor. Diese Stufe können wir als bewusste unbewusste Kompetenz definieren.

Sie ist entscheidend und zeigt die Wichtigkeit der praktischen Intelligenz auf. Doch bevor Sie weiterlesen, will ich Sie warnen: In dieser Rubrik geht es um mentales Gewichtheben, ohne nervale Anstrengung wird es also nicht gehen.

Wir können zwei Formen von Wissen unterscheiden. Es gibt ein Wissen, das man benennen, erklären und theorisieren kann. Dieses akademische Wissen hat aber auch eine problematische Seite. Warum? Weil es allzu leicht zur Gering-schätzung der zweiten Art von Wissen führt. Es gibt auch ein stummes Wissen. Vieles, was der Mensch kann, kann er nicht erklären. Dieses Wissen ist in Hirnzentren gespeichert, über die wir mit der Sprache keinen Zugang haben. Der Philosoph Daniel Dennett spricht von Kompetenz ohne Verständnis.

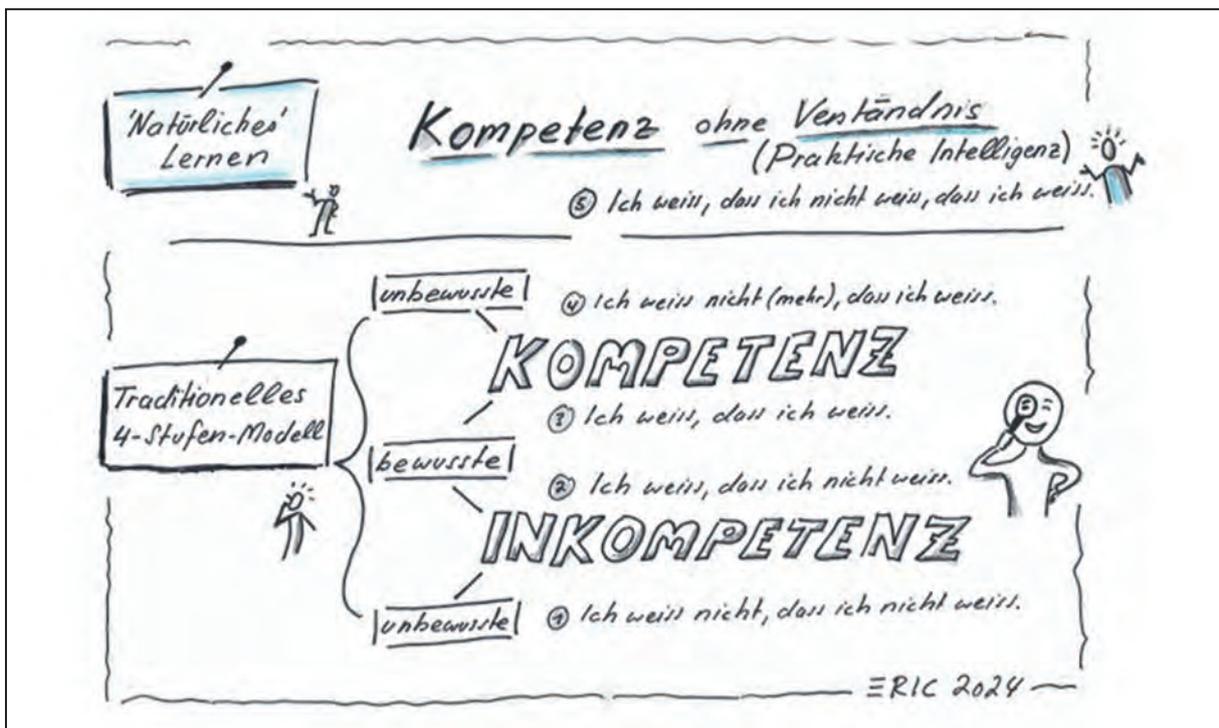
Ich erkläre nun drei Beispiele für diese fünfte Stufe.

Beispiel 1: Velo fahren

Erklären Sie einem Kind, das Rad fahren lernen will, worauf es beim Fahrradfahren ankommt, damit es nicht umfällt. Sie wissen, dass Sie Rad fahren können, doch Sie können es nicht erklären, wie Sie das tun. Der Hinweis, dass das Kind die Balance halten soll, wird ihm nicht weiterhelfen.

Beispiel 2: Bewegungsausführung

Wir Trainer sind Bewegungsprofis. Doch wie bewegen wir uns eigentlich im Alltag oder im Training? Wenn wir ehrlich sind, dann wissen wir bei einer komplexen Bewegung nicht genau, wie das Zusammenspiel von Agonisten, Synergisten und Antagonisten funktioniert. Oder wissen Sie, wenn Sie gehen oder Klimmzüge ausführen, welche und wieviele motorische Einheiten Sie zum Beispiel bei den Synergisten ansteuern? Eben. Wir wissen zwar, dass wir Gehen oder Klimmzüge beherrschen, aber wir fallen durch, wenn wir die Bewegung im Detail erklären sollten.



Explizites Fachwissen

→ Lernbar in der Schule/Uni usw.:

- personenunabhängig
- objektiv
- dokumentierbar
- speicherbar
- meist kontextunabhängig – nur so

Implizites Fachwissen

→ Nur lernbar in der Praxis:

- personenabhängig
- subjektiv
- nicht dokumentierbar
- nicht speicherbar
- kontextabhängig – mal so, mal anders

Beispiel 3: Fussball

Um den Ball gut zu treffen, berechnen Fussballer innert Sekundenbruchteilen die Flugkurve einer aus 20 Metern entfernten Flanke. Das ist eine blitzschnelle Berechnung einer komplizierten Differenzialgleichung unter Einbeziehung von Windgeschwindigkeit und Luftwiderstand, plus die Beobachtung des Gegners und des Tores inklusive der taktischen Ausrichtung für die Fortsetzung der Ballweitergabe.

Wer über Kompetenz ohne Verständnis nachdenkt, der wird bemerken, dass die Liste der Dinge, die wir können, aber nicht bewusst wissen, viel länger ist als die Liste der Dinge, die wir wissen. Kompetenz ohne Verständnis hat sich in der Evolution bewährt. Die Giraffe weiss nicht, weshalb sie so einen langen Hals hat. Doch durch den langen Hals kommt sie an Blätter ran, die sie mit kurzem Hals nicht erreichen würde.

Grob gesehen verfügt der Mensch über drei Gehirnteile. Das Stammhirn als Teil eins organisiert die Überlebensfunktionen des Körpers, wie z. B. Atmung und Verdauung. Auch Bewegungen gehören dazu. Teil zwei – das limbische System – reguliert die Emotionen. Stammhirn und limbisches System sind alte Strukturen, die ohne Bewusstsein arbeiten. Unsere Leber oder unser Herzmuskel funktionieren ein Leben lang. Das machen sie kompetent und unbewusst für uns. Teil drei – der Neocortex – ist eine sehr junge Erscheinung in der Evolution. Hier ist auch unser Ich lokalisiert.

Weil grosse Hirnteile unbewusst arbeiten, ist Kompetenz ohne Verstehen möglich. Verbales Verstehen ist kostspielig und deswegen macht die Natur regen Gebrauch vom «Kenntnis-nur-wenn-nötig-Prinzip».

Kompetenz ohne Verständnis – primär lernt so unser Gehirn. Dieser Gedanke widerspricht der traditionellen Vorstellung von Lernen und Bildung. Der Königsweg ist hier, dass das Verstehen die beste Quelle für die Kompetenzerweiterung darstellt. Das ist nicht ganz falsch, aber es ist auch nicht ganz richtig. Die verbale Kompetenz ist keinesfalls die kugelsichere Weste für die Prüfungen in der grossen weiten Welt. Man kann das Leben nicht in der Schultheorie einfangen.

Bitte verstehen Sie mich nicht falsch. Es geht hier nicht um ein Entweder-oder. Es geht aber um eine Aufwertung der Praxis, da

der Mensch hier viel Erfahrungswissen aneignet, das stumm bleiben mag, doch eminent wertvoll ist (siehe Boxen).

Vor einigen Jahren war ich an der Uni in Barcelona und besuchte einen Master-Lehrgang für Teamsportarten. Es war keine Hochzeit von Theorie und Praxis. Über 98 Prozent der Lektionen waren reine Theorie. Der Lehrgang weigerte sich also in die «Niederungen der Praxis abzusteigen!» Eine Übers Schulung in der Theorie lässt aber die praktische Intelligenz der Schüler verkümmern.

Lernen heisst vor allem erfahren. Eigene Erfahrungen sind essenziell, damit sich die praktische Intelligenz in uns ausbildet. Wir leben und lernen über Erfahrung. Durch die Praxis erhalten wir viel implizites Erfahrungswissen. Das gilt auch für die Mitglieder. Lassen Sie als Fitnesstrainer Ihre Kunden so rasch wie möglich die Übungen erspüren. Instruieren Sie so viel wie nötig und so wenig wie möglich. Ansonsten «verkopft» das Training.

Wie wichtig das Implizite in der Bewegung ist, kann man z. B. auch beim Tennis sehen. Wer gut Tennis spielt, der wird Tennisprofi. Wer schlecht Tennis spielt, der wird Tennislehrer und sagt andern, wie sie Tennis spielen sollen.

Fazit

Unser Gehirn lernt verbal – aber noch viel mehr non-verbal. Wir alle verfügen über viel Kompetenz ohne Verständnis. Dieses implizite Fachwissen kann nur über die Praxis stattfinden. Lernen heisst erfahren. ■

**Eric-Pi Zürcher**

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

pierzuercher@gmail.com



Das Beste zum Start in den Sommer

Es ist Frühling und eigentlich die Zeit des Aufblühens in der Natur und auch bei uns Menschen. Es ist auch die Jahreszeit, in der in den Medien verstärkt über die Sonne im Sommer gesprochen wird. Aufklärung ist gefragt!

Wir sehen Warnungen und Ratschläge für die Menschheit. Richtige und wichtige Informationen zur rechten Zeit fehlen aber häufig. Warnungen kommen oft nur im Sommer, und nicht dann, wenn eigentlich auch Aufklärung notwendig wäre: im Winter. Eine Ozonschichtverminderung in der uns schützenden Luftschicht sehen wir nämlich vor allem im Winter. FCKW und ähnliche Substanzen mindern dann diese uns schützende Luftschicht von unten. Demnach sollte in den Monaten Januar, Februar und März, wenn wir auf den Skiern stehen, auch Aufklärung erfolgen und nicht nur Supplemente wie Vitamin D3 empfohlen werden. Gehen wir in die Höhe, so kommt die Sonne dort oben in den Bergen durch die erhöhte UV-Strahlung ganz entscheidend und wirkungsvoll anders bei uns an. Zudem haben wir vom Winter bis in den Frühsommer eine dünnere Haut. Mit dieser kommen wir dann in die neue Jahreszeit und wollen dann vielleicht auch noch kurz nach Mallorca.

Natürlicher Sonnenschutz

In der Frühlings- und Sommerzeit schützt sich unser Körper mit einer dickeren oberen Hautschicht, der sogenannten Lichtschwiele. Ist diese noch nicht ausgeprägt, so fehlt uns eine erste körpereigene Schutzmassnahme gegen intensive Sonnenstrahlung. Und dann sind wir schon gleich in der Zeit mit

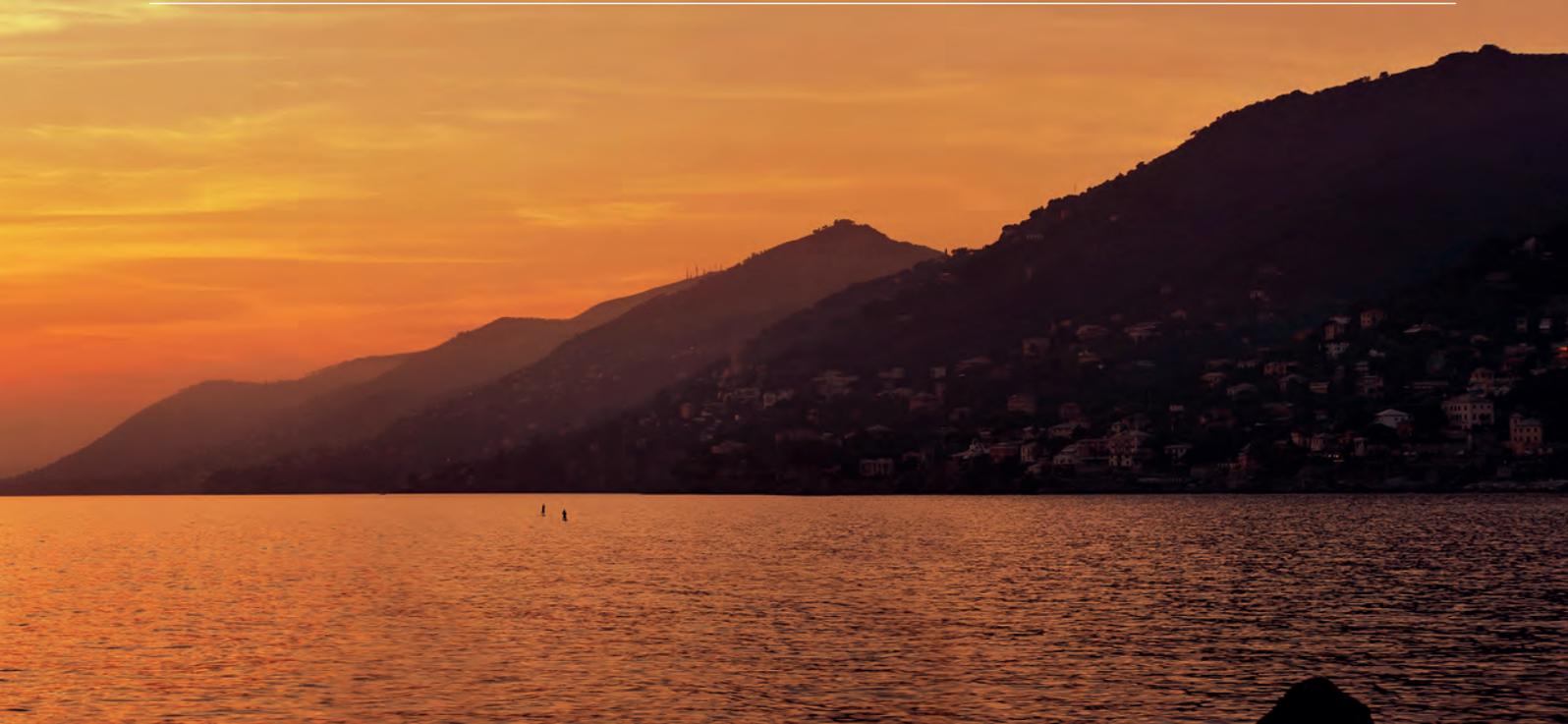
dem höchsten mittäglichen Sonnenstand angelangt. Diesen erreichen wir bald: immer am 21. Juni, Mittsommer. Und wer hat schon einmal gelesen, dass die Sonne im Sommer die uns schützende Ozonschicht verstärkt, wenn sie fast senkrecht steht? Das ist wissenschaftlich so nachgewiesen, aber kaum bekannt!

Ein weiterer uns Menschen gegebener Schutzmechanismus ist die Pigmentierung der Haut. Aus den tieferen Hautschichten wird sogenanntes Melanin in die oberen Hautschichten transportiert. Diese Bräunung ist also ein Schutz unseres Körpers und im Grunde nichts Negatives. Allerdings muss ein Sonnenbrand tunlichst vermieden werden, denn dieser ist eine Alarmreaktion des Körpers. Beim Aufenthalt in der Sonne oder beim Sonnenbaden gilt es daher auch unbedingt, die Dosierungsempfehlungen zu beachten. Besonders wichtig ist es, Kinder vor Sonnenbrand zu schützen.

Beide Mechanismen – Lichtschwiele und Pigmentierung – zusammengenommen sind in der Wirkung vergleichbar mit einem Lichtschutzfaktor von 40!

Lösungen sind gefragt und vorhanden

Das ist einfacher als viele denken. Wir müssen wieder umwelt-



tauglich werden und die Falschinformationen über Besonnung und über den Gebrauch von Solarien korrigieren.

1975 erfand Friedrich Wolff die Sonnenbank. Mit dieser Entwicklung aus einer Leuchtstoffröhre wollte er etwas für die Gesundheit erfinden, was gegen Winterdepression wirkt und ein Ort für das Energietanken sein sollte. Das Bräunen der Haut war eigentlich nur eine Nebenwirkung und nicht das Ziel. Alles also etwas sehr Positives, verbringt mittlerweile doch die Mehrzahl von uns den Tag im Homeoffice oder im Büro am Arbeitsplatz. Von gesunden Lichteinflüssen haben sich viele von uns schon verabschiedet. Um dennoch einem Vitamin-D-Mangel entgegenzuwirken, führt kein Weg an einer ärztlichen Beratung vorbei. Besuchen wir ein Solarium, um «Sonne zu tanken», müssen wir uns auch immer des Risikos der UV-Strahlung hinsichtlich der Begünstigung von Hautkrebs bewusst sein.

Wir Menschen sind sehr erfinderisch. Heute kann man sich nicht vorstellen, dass unsere Technik nicht jedes Lichtspektrum beliebig nachbilden kann. Und das ist Fakt! Wir finden Strahlenkombinationen, die gegen die Schuppenkrankheit Psoriasis wirken – diese Therapien werden nur von Ärzten mit entsprechenden Geräten vorgenommen. Wir haben Infrarotleuchten, die uns mit einfachen Kolbenlampen Linderung bei Schmerzen bringen. Und aktuell bemüht man sich, mit neuen Spektren das Besonnungsangebot wieder ins rechte Licht zu führen. Hybridtechnologie bezeichnet Röhrenangebote, die vernünftige UV-Anteile haben und jetzt neu Farblichtanteile bei 640 Nanometern bieten, die zudem die körpereigene Produktion von Collagen, Elastin und Hyaluron anregen sollen.

Fazit

Die Sonne ist der Motor unseres Ökosystems und soll für uns Menschen so schädlich sein? Für Pflanzen ist die Photosyn-

these elementar. Sonnenstrahlen werden von allem auf der Erde absorbiert, bilden auch Wärme und sind Grundvoraussetzung für Wachstum und Wohlergehen.

All das soll für uns Menschen nicht gut sein? Wir sprechen im Frühjahr gern von «wieder Sonne tanken» wie bei einem leeren Benzintank. Warum nicht? Umweltauglich und gesund bleiben. Das funktioniert vor allem durch die Produktion von Vitamin D3 – mit der Sonne ganz einfach.

Elementar ist aber, dass wir nicht genügend informiert sind. Wir sollten wieder lernen und müssen selbst wissen, wie es für den eigenen Körper optimal geht: mit gemässiger Nutzung der Sonne. Das heisst: Nicht und niemals übertreiben, indem wir z. B. unvorbereitet in den Süden reisen oder uns beim Sonnenbad nicht an die Dosierungsempfehlungen halten. Wir müssen unsere körpereigenen Abwehrmechanismen aktivieren. Unser Körper sollte diese Fähigkeit wieder erkennen und üben! Viel zu selten werden positive Aussagen gemacht und gut aufgeklärt. Um das Sonnenlicht richtig aufzunehmen und unseren Vitamin-D-Haushalt im Blick zu behalten, muss sich jeder individuell ärztlich beraten lassen und kann darauf aufbauend meine Empfehlungen nutzen. ■



Detlef H. Hubbert

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



Ernährung, Leistung und Regeneration

Sportlerernährung individuell planen

Maximale sportliche Leistungen sind energieraubend. Essen hingegen liefert Energie. Was können ambitionierte Sportler also ernährungstechnisch tun, um ihre maximale Leistung abzurufen? Wie unterstützt das Essen die Regeneration? Was ist bei Nahrungsergänzungsmitteln zu beachten? Mit diesen Fragen setzt sich der folgende Artikel auseinander.

Aus dem Prinzip der optimalen Relation von Belastung und Erholung folgt, dass Training und Regeneration eine Einheit bilden, die für den Trainingsfortschritt entscheidend ist. Die Ernährung beeinflusst – zusammen mit dem Schlaf – die Erholung nachweislich. Im folgenden Artikel wird auf Ernährungsmassnahmen vor, während und nach intensivem Trai-

ning eingegangen: Was sollte, wie viel und wann gegessen werden? Zudem wird der Einsatz von Nahrungsergänzungsmitteln beleuchtet.

Wer ist ein Leistungssportler?

Eine präzise Definition erstellt von Schek (2014): Es «... wird

unter Leistungssportler eine Person verstanden, die an mindestens fünf Tagen pro Woche mindestens zwei Stunden pro Tag intensiv Sport treibt und dabei rund 800 kcal verbraucht.» Das heisst Ernährungsempfehlungen zum Steigern der Leistung richten sich an Menschen, die wöchentlich einen sportbedingten Energieumsatz von 4 000 kcal oder mehr aufweisen.

Eine ausgewogene Ernährung bildet immer die Basis, um langfristig gesund und leistungsfähig zu sein. Ernährung für Sportler sorgt dahingegen vor allem für eine ausgeglichene Energiebilanz und unterstützt die Wiederaufbauprozesse nach der Belastung. Der Energiebedarf gilt als gedeckt, wenn das Körpergewicht langfristig konstant bleibt oder bei Hypertrophietraining zunimmt. Dies kann bis auf wenige Ausnahmen – Ultra-Ausdauerathleten und Sportler mit einem «Zeit-Mengen-Problem» – mit gängigen Lebensmitteln gewährleistet werden. Der Begriff «Zeit-Mengen-Problem» beschreibt die Situation von Athleten, die umfangreich trainieren und gleichzeitig Vollzeit arbeiten oder studieren: Sie haben zu wenig Freizeit, um die erforderlichen Mengen an vollwertigen Lebensmitteln zuzubereiten und zu verzehren.

Es gibt nicht die eine für alle perfekt funktionierende Empfehlung für Sportlerernährung: Vielmehr sind der individuelle Trainingsumfang in Stunden, die Trainingshäufigkeit, die Trainingszeiten und die Trainingsinhalte sowie die persönlichen Voraussetzungen, Ziele, Vorlieben und das Umfeld zu berücksichtigen. Die Ernährung ist individuell zu planen. Dabei ist wichtig zu wissen, dass intensive Belastungen den Appetit unterdrücken können, sodass Athleten die im Training verbrauchte Energie nicht von sich aus wieder zuführen (vgl. Tab. 1). Sie sind anzuhalten, bei intensiven Trainingsphasen «nach Plan» zu essen – auch wenn ihnen nicht danach ist. Interessant dürfte auch sein, dass beim intuitiven Essen das Energiedefizit bei einer kohlenhydratreichen, fettarmen Kost deutlich grösser ausfällt als bei ausgewogenem Essen mit entsprechendem Fettanteil.

Ernährung vor einer intensiven Belastung

Das Hauptaugenmerk liegt auf der leichten Verdaubarkeit und guten Verträglichkeit. Das bedeutet: Vor Wettkämpfen sollten

bereits aus der Vorbereitungsphase bekannte Lebensmittel und Menus eingesetzt werden (Mettler & Colombani, 2020a):

3–5 h vorher: letzte Hauptmahlzeit (normal gross, leicht verdaulich)
2–3 h vorher: kleine Mahlzeit oder leicht verdauliche Snacks
1–2 h vorher: bei Bedarf noch Brötchen/Sandwiches, Riegel, Bananen o. Ä. als Ergänzung

Ernährung während der Belastung

Die Grundlage wird in der Vorbereitung gelegt. Während eines intensiven Trainings/Wettkampfes sollte nur das gegessen und getrunken werden, was vorher ausgetestet wurde. Wie viele und welche Kohlenhydrate (KH) zugeführt werden (vgl. Tab. 2), ist von der Belastungsdauer abhängig (Mettler & Colombani, 2020b):

Die Belastungsdauer bezieht sich auf Wettkampfintensität (90 Minuten Grundlagenausdauer benötigen keine KH-Zufuhr).

Das Körpergewicht spielt keine Rolle für die Kohlenhydratmenge: Schwere und leichte Sportler können unter Belastung pro Stunde gleich viele Kohlenhydrate aufnehmen (ca. 60 g Glukose). Glukose und Fructose werden im Darm über unterschiedliche Transportmechanismen aufgenommen, sodass bei einer Kombination unter Belastung maximal bis 90 Gramm KH pro Stunde aufgenommen werden können (Mettler & Colombani, 2020b).

Ernährung nach der Belastung

Entscheidend für die Erholungsmaßnahmen ist, wie schnell die nächste sportliche Belastung erfolgt. Rasche Erholung bezieht sich auf den Zeitraum zwischen zwei Trainingseinheiten bzw. Wettkampfeinsätzen. Es handelt sich also um mehrere Stunden (bei zwei Trainings pro Tag) oder ein bis zwei Tage. Ernährungstechnisch stehen drei Aspekte im Vordergrund (Mettler, Colombani & Mannhart, 2022):

- 1. Flüssigkeitsverlust (Schweiss) ausgleichen: Die nötige Flüssigkeitsmenge entspricht ca. 120 bis 150 Prozent ▶

Tab. 1: Energieverbrauch und -zufuhr im Vergleich beim «Essen nach Belieben» bei KH-reicher und KH-armer Kost (modifiziert nach Schek, 2014)

	Durchschnittlicher Gesamtenergieverbrauch		Durchschnittliche Energiezufuhr		Durchschnittliche Energiebilanz	
62 Energie %	2590 kcal/d	4180 kcal/d	2110 kcal/d	2220 kcal/d	- 480 kcal/d	- 1960 kcal/d
Kohlenhydratgehalt der Kost	2915 kcal/d	4260 kcal/d	3085 kcal/d	3350 kcal/d	+ 170 kcal/d	- 910 kcal/d
37 Energie %						
	Sport-Energieverbrauch		Sport-Energieverbrauch		Sport-Energieverbrauch	
	0 kcal/d	840 kcal/d	0 kcal/d	840 kcal/d	0 kcal/d	840 kcal/d

Tab. 2: Empfohlene Kohlenhydratzufuhr nach Belastungsdauer (Mettler & Colombani, 2020b)

Belastungsdauer	Menge	Art der Kohlenhydrate
bis 45 min	kein Bedarf	-
45 bis 75 min	geringe Mengen	Glucose
60 bis 120 min	30 bis 60 g/h	Glucose
120 bis 180 min	60 bis 90 g/h	Glucose (& Fructose)
über 180 min	bis 90 g/h	Glucose & Fructose

des Gewichtsverlustes während des Trainings. Nach Belastungsende sollte gleich bewusst und aktiv mit Trinken begonnen werden.

2. Kohlenhydratspeicher auffüllen: In den ersten zwei Stunden nach der Belastung füllen Muskelzellen ihre Glykogenspeicher deutlich schneller auf. Bei zwei Trainingseinheiten am Tag ist also möglichst direkt mit der KH-Zufuhr zu beginnen. 1,2 Gramm KH pro Kilogramm Körpergewicht pro Stunde Erholung gelten als ideale Menge – am besten auf zwei bis vier Portionen pro Stunde aufgeteilt. Natürlich ist die Menge auf den Bedarf abzustimmen.
3. Reparatur-, Anpassungs- und Aufbauprozesse unterstützen: Dazu benötigt der Organismus Proteine. Eine Portion mit rund 0,3 Gramm Protein pro Kilogramm Körpergewicht möglichst direkt nach dem Training gilt als optimal, um diese Prozesse zu unterstützen.

Damit die Ernährung regenerationsfördernd eingesetzt werden kann, sind die Mengen bedarfsgerecht zu planen und die Portionen entsprechend vorzubereiten, damit sie ab Belastungsende bewusst verzehrt werden können. Es ist darauf zu achten, dass Getränke und Lebensmittel kombiniert werden, um die benötigten Nährstoffe aufzunehmen.

Nahrungsergänzungsmittel – was beachten?

Nahrungsergänzungsmittel – neudeutsch Supplemente – werden in Athletenkreisen häufig eingesetzt. Trotz der verlockenden Versprechungen sind grundsätzliche Überlegungen anzustellen, bevor sie konsumiert werden.

Supplemente ergänzen die Basisernährung, sie sind kein Ersatz! Sportler haben einen höheren Bedarf an Mikronährstoffen. Im Verhältnis zum höheren Energiebedarf ist dieser jedoch minimal und kann grundsätzlich über qualitativ hochwertige Lebensmittel und schonende Zubereitung gedeckt werden.

Supplemente sind auf die individuelle Situation abzustimmen: Besteht ein Zeit-Mengen-Problem? Bestehen medizinische Probleme, wie z. B. ein diagnostizierter Nährstoffmangel? Ist der Konsum von qualitativ hochwertigen Lebensmitteln aus irgendeinem Grund nicht praktikabel? Da die Entscheidung für oder gegen den Einsatz von Nahrungsergänzungsmitteln von zahlreichen Faktoren abhängt, sollten Supplemente nur bei Bedarf und in Absprache mit einer Fachperson eingesetzt werden.

Maughan (2014) klassifiziert Supplemente nach der Sichtung geeigneter wissenschaftlicher Studien in vier Kategorien:

- A)** Für den Einsatz in spezifischen Situationen im Sport geeignet und durch gute Evidenz gestützt
- B)** Noch nicht ausreichend erforscht – Einsatz bedarf spezifischer individualisierter Protokolle
- C)** Kein oder kaum Nutzen im Sport
- D)** Verboten oder hohes Risiko an Kontamination mit verbotenen Substanzen

Fazit

Ernährungsempfehlungen zur Leistungssteigerung richten sich besonders an Athleten mit einem wöchentlichen sportbedingten Energieumsatz von 4000 kcal oder mehr. Dabei steht eine ausgeglichene Energiebilanz im Fokus ebenso wie die Unterstützung der Regenerationsprozesse nach intensiver Belastung. Die Sportlerernährung beruht auf einer qualitativ hochwertigen Basisernährung und wird individuell an die Bedürfnisse angepasst. Eine bewusste Planung und Einnahme von Mahlzeiten vor, während und nach intensiven Belastungen ist von entscheidender Bedeutung für eine optimale Leistungsfähigkeit. ■



Robert Winzenried

Robert Winzenried, Erwachsenenbilder mit Diplom HF, ist andragogischer Leiter der Swiss Academy of Fitness & Sport AG (SAFS). Er verfügt über 40 Jahre Erfahrung als Trainer für körperliche und mentale Fitness.

www.safs.com

Auszug aus der Literaturliste

Mettler, S. & Colombani, P. (2020a). Ernährung vor Training & Wettkampf. Zugriff am 26.02.2024. Verfügbar unter https://www.ssns.ch/wp-content/uploads/2020/12/HotTopic_Ernaehrung_vor_Belastung_3.1.pdf

Mettler, S. & Colombani, P. (2020b). Ernährung im Training & Wettkampf. Zugriff am 26.02.2024. Verfügbar unter https://www.ssns.ch/wp-content/uploads/2020/12/HotTopic_Ernaehrung_waehrend_Sport_2.4.pdf

Mettler, S., Colombani, P. & Mannhart, C. (2022). Ernährung und Erholung nach Training & Wettkampf. Zugriff am 26.02.2024. Verfügbar unter https://www.ssns.ch/wp-content/uploads/2022/11/HotTopic_Ernaehrung&Regeneration_V1.4.pdf

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

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



Erfolgreich Personal finden



JOBFITNESS.ch

Das NO.1 Fitness Stellenportal der Schweiz!



Eine umweltbewusste Zukunft gestalten

Nachhaltigkeit im Fitnesscenter

Möglichkeiten zur Steigerung der Nachhaltigkeit in Fitnesscentern können nicht nur die Umwelt schützen, sondern auch die eigene Wettbewerbsfähigkeit stärken. Erfahren Sie, wie Sie den Energieverbrauch messen und welche konkreten Massnahmen in der Praxis umgesetzt werden können.

Die Bedeutung von Nachhaltigkeit in Fitnesscentern ist gegenwärtig höher denn je. In einer Zeit, in der Umweltbewusstsein sowie soziale Verantwortung immer mehr an Relevanz gewinnen, stehen Unternehmen vor der Herausforderung, nachhaltige Prozesse zu implementieren. Dieser

Fachartikel untersucht die Relevanz von Nachhaltigkeit in Fitnesscentern und präsentiert, wie diese durch nachhaltige Massnahmen nicht nur ihren eigenen ökologischen Fussabdruck verringern, sondern auch ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken können.

Die «Ressourcenfresser» in einem Fitnessstudio

Fitnesscenter haben einen bedeutsamen Einfluss auf die Umwelt. Der Energieverbrauch für Beleuchtung, Heizung sowie Kühlung, der Wasserverbrauch für Duschen und Reinigung sowie die Entsorgung von Abfällen sind einige Beispiele für den Ressourcenverbrauch und die Umweltbelastung. Pro Jahr verbraucht ein herkömmliches Fitnesscenter mit zwei Saunas und Dampfbad etwa 120 000 kWh Strom, die Grenze zu Stromgrossabnehmern liegt bei 100 000 kWh (Arroyo, 2016). Im Vergleich verbraucht eine Wohnung mit einer Haushaltsgrösse von vier Personen pro Jahr ca. 3000 kWh an Strom gemäss dem Schweizer Bundesamt für Energie (2021).



Doch Nachhaltigkeit bedeutet mehr als nur die Reduzierung des eigenen ökologischen Fussabdrucks. Es geht auch darum, die soziale Verantwortung wahrzunehmen, eine positive Wirkung auf die Gesundheit sowie das Wohlbefinden der Kunden zu erzielen. Eine Studie von Deloitte (2022) zeigt die Relevanz von Nachhaltigkeit für Kaufentscheidungen im Sport. Fitnesscenter, die sich für nachhaltige Massnahmen entscheiden, leisten nicht nur einen positiven Beitrag zum Umweltschutz, sondern können auch langfristig Kosten einsparen. Eine Senkung des Energie- und Wasserverbrauchs resultiert in tieferen Betriebskosten sowie einer Steigerung der Rentabilität. Zudem verbessert es das Image als umweltbewusstes Unternehmen und es kann neue Kunden für das Center begeistern.

Gemäss den Untersuchungen des «Pulse Energy Index» beträgt die Trainingszeit im Falle der Laufbänder, Indoor-Bikes

oder anderer strombetriebener Geräte im Schnitt 31 Minuten pro Tag und Person. Bei der Kalkulation des Stromverbrauchs in Watt geht hervor, dass dabei auf das Jahr hochgerechnet durchschnittlich 65 Kilogramm CO₂ anfallen. Dies entspricht einer Bahnfahrt von 4500 Kilometern – von Lissabon bis nach Moskau. Diese Untersuchungen beziehen sich auf Personen, welche zu Hause mit einem Laufband oder anderweitigen Geräten trainieren. Folglich ist der Stromverbrauch von Cardiogeräten in Fitnesscentern, die den ganzen Tag über genutzt werden, um einiges höher (Kistner, 2021).

Ein Fitnessstudio ist während der gesamten Öffnungszeit beleuchtet, die Klimaanlage werden nicht ausgeschaltet, Getränke und Snacks werden 24 Stunden gekühlt, diverse Fernseher laufen ununterbrochen und der Wasserverbrauch ist gigantisch. Es sind diverse «Ressourcenfresser» in Fitnessstudios zu identifizieren. Messungen zeigen, dass beispielsweise das Betreiben einer Klimaanlage einen jährlichen Energieverbrauch pro Quadratmeter verursacht, welcher vergleichbar ist mit dem Benzinverbrauch eines Autos pro 100 Kilometer (Ürlings & Surendran, 2008).

Konkrete Massnahmen für die Praxis

Um nachhaltige Prozesse erfolgreich umzusetzen, sollten Fitnesscenter zunächst eine Bestandsaufnahme ihres aktuellen Ressourcenverbrauchs durchführen und Möglichkeiten zur Verbesserung identifizieren. Hier bietet «myclimate» einen kostenfreien Online-Rechner, um die Jahresemissionen zu berechnen. Nach Evaluation des jährlichen CO₂-Fussabdrucks und der Bestimmung der Haupttreiber dieses Fussabdruckes können konkrete Massnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauchs ermittelt werden.



Um den Wasserverbrauch zu reduzieren, können beispielsweise in den Toiletten Aufkleber installiert werden, die Kunden darauf hinweisen, den kleinen Spülknopf zu benutzen, um Wasser zu sparen. Aufkleber auf dem Boden mit Fussspuren in Richtung der Treppe können Kunden motivieren, die ▶

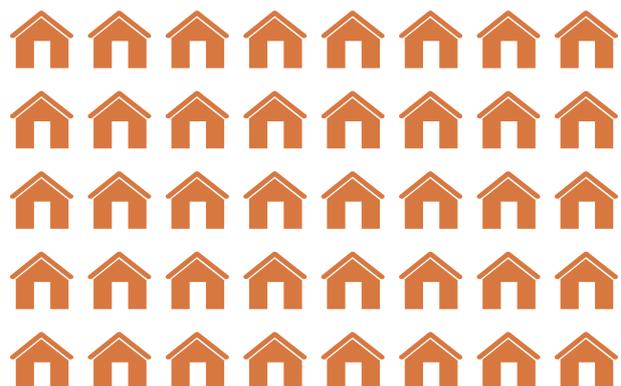


Abb. 1: Ein Fitnessstudio verbraucht genauso viel Strom wie 40 Haushalte (eigene Darstellung).

Treppe anstelle des Aufzugs zu nehmen. Recycelte Fitnessböden und gebrauchte Fitnessgeräte schonen Ressourcen und fördern die Kreislaufwirtschaft. Es sollten Abfalltrennungssysteme implementiert und der Verkauf von Produkten in Plastikverpackungen minimiert werden – beispielsweise mittels Auffüllens von Wasserflaschen anstatt des Verkaufes von Einwegplastikflaschen. Digitale Trainingspläne anstelle von gedruckten Versionen sparen Papier. LED-Lampen und intelligente Thermostatsysteme reduzieren den Energieverbrauch und senken die Betriebskosten. Fitnessgeräte können mit umweltfreundlichen Reinigungsmitteln gereinigt werden, um die Gesundheit von Kunden und Mitarbeitern zu schützen und somit die Umweltbelastung zu minimieren.

Es ist wichtig, zu betonen, dass die Implementierung nachhaltiger Praktiken eine langfristige Verpflichtung und kontinuierliche Anstrengungen erfordert. Fitnesscenter sollten daher ein Nachhaltigkeitskonzept entwickeln, welches alle Bereiche des Geschäftsbetriebs umfasst und langfristige Ziele für die Reduzierung des ökologischen Fussabdrucks festlegt. Dazu gehört auch die Schulung der Mitarbeitenden und die Begünstigung einer Unternehmenskultur, die Umweltbewusstsein und soziale Verantwortung fördert.

Nachhaltigkeit hat einen grossen Einfluss auf die Kaufentscheidungen der Konsumenten.

Nachhaltigkeit kann nur gemeinsam erreicht werden

Die Umstellung auf umweltfreundliche Prozesse kann zunächst mit höheren Kosten verbunden sein. Daher ist es entscheidend, dass Fitnessstudios langfristige Kosten-Nutzen-Analysen durchführen und mögliche Einsparungen sowie langfristige Vorteile berücksichtigen. Die Einführung neuer Prozesse zur Förderung von Nachhaltigkeit kann auf Widerstand von Mitarbeitern und auch von Kunden stossen. Daher ist es wichtig, ein Bewusstsein für die Vorteile von Nachhaltigkeitsmassnahmen zu schaffen und Mitarbeitende wie auch Kundinnen und Kunden in den Umstellungsprozess miteinzu beziehen. Mitarbeitende benötigen Schulungen, um sich mit umweltfreundlichen Praktiken vertraut zu machen und diese effektiv umzusetzen. Den Kunden gegenüber sollten effektive Kommunikationsstrategien entwickelt werden, um über Nachhaltigkeitsinitiativen zu informieren, aber auch um die Kunden zur Beteiligung zu ermutigen. Dies kann die Kundenbindung stärken und neue Kunden anziehen, die Wert auf Umweltbewusstsein legen. Ein Mangel an Wissen und Bewusstsein kann die erfolgreiche Umsetzung von Nachhaltigkeitsinitiativen beeinträchtigen. Durch einen koordinierten Ansatz können Fitnessstudios erfolgreich umweltfreundliche Praktiken

implementieren und einen positiven Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten.

Die Implementierung von nachhaltigen Praktiken verringert den ökologischen Fussabdruck.

Nachhaltigkeit im Fitnessstudio ist von entscheidender Bedeutung für die Zukunft der Branche. Fitnesscenter, die sich für nachhaltige Praktiken entscheiden, können nicht nur einen positiven Beitrag zum Umweltschutz leisten, sondern auch langfristig erfolgreich sein. Indem sie ihre Betriebsabläufe optimieren, Kosten senken und ihr Image als umweltbewusstes Unternehmen verbessern, können Fitnesscenter eine führende Rolle im Bereich Nachhaltigkeit einnehmen und einen wichtigen Beitrag zur Schaffung einer grüneren Zukunft leisten.

Fazit

In Anbetracht der steigenden Bedeutung von Umweltbewusstsein und sozialer Verantwortung gewinnen nachhaltige Praktiken in Fitnesscentern zunehmend an Relevanz. Durch die Implementierung entsprechender Massnahmen können Fitnesscenter nicht nur ihren ökologischen Fussabdruck reduzieren, sondern auch ihre Wettbewerbsfähigkeit stärken. Die Optimierung von Ressourcenverbrauch, die Einführung umweltfreundlicher Prozesse und die Förderung eines Bewusstseins für Nachhaltigkeit sowohl bei Mitarbeitern als auch Kunden sind entscheidende Schritte auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Zukunft für die Fitnessbranche. ■



Fabian Graf
 Fabian Graf ist Dozent und Projektleiter bei der SAFS. Als Rennradfahrer hat er die Strassen Europas kennengelernt und die Luft des Profisports geschnuppert. Neben dem Sport hat Fabian Graf Finance und Management studiert sowie den Master in Sportbusiness Management absolviert.

www.safs.com

Auszug aus der Literaturliste

Arroyo, A. (2016). Solare Lebensqualität. Zugriff am 22.03.2024. Verfügbar unter https://www.empa.ch/documents/56024/239965/SFW_EQ53_DE.pdf/1beabb45-755f-42e3-b711-e7daac0a04ed

Ludwig, S., Hollasch, K., Mutter, F., Rump, C., Henneke, T. & Seibert, T. (2022). Sports Retail Study. Zugriff am 21.02.2024. Verfügbar unter <https://www2.deloitte.com/ch/de/pages/consumer-business/articles/sports-retail-study.html>

Bundesamt für Energie BFE (2021). Stromverbrauch eines typischen Haushalts, Faktenblatt. Zugriff am 25.03.2024. Verfügbar unter <https://pubdb.bfe.admin.ch/de/publication/download/10559>

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

Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung

mit eidg.
Fachausweis



JETZT
STARTEN

safs.com

Infos &
Anmeldung





Die gesundheitsfördernden Effekte von Gruppenfitness

Gemeinsam für die Gesundheit

Gruppenfitness hat sich zu einer populären und effektiven Form des körperlichen Trainings entwickelt. Dieser Artikel untersucht die wissenschaftlichen Erkenntnisse bezüglich der gesundheitsfördernden Auswirkungen von Gruppenfitnessaktivitäten.

Foto: iStockStudio – stock.adobe.com



Effekte auf das psychische Wohlbefinden hat. Es ist nicht nur die körperliche Betätigung selbst, die das Wohlbefinden steigert, sondern auch die Atmosphäre der Gemeinschaft und des Miteinanders in einem Gruppenfitnesskurs. Die gemeinsame Anstrengung, die Gruppendynamik und der geteilte Erfolg tragen dazu bei, Stress abzubauen und das psychische Gleichgewicht zu fördern.

Die Forschung zeigt, dass während dieser gemeinsamen Aktivitäten Endorphine freigesetzt werden, die nicht nur eine positive Stimmung erzeugen, sondern auch ein Gefühl des Wohlbefindens und der Zufriedenheit vermitteln. Doch die Vorteile gehen noch weiter: Die Kurse bieten einen Rahmen für sozialen Austausch sowie eine wertvolle Gelegenheit zur emotionalen Entlastung und zum Aufbau unterstützender sozialer Bindungen. Diese zwischenmenschlichen Interaktionen stärken nicht nur die Verbundenheit innerhalb der Gruppe, sondern auch die individuelle Resilienz.

Es ist daher nicht verwunderlich, dass die positiven emotionalen Erfahrungen, die mit Gruppenfitness verbunden sind, nicht nur kurzfristige Auswirkungen auf die Stimmung haben, sondern auch langfristig das allgemeine Wohlbefinden und

Gruppenfitness fördert soziale Unterstützung und Motivation, was langfristigen Erfolg bei Fitnessprogrammen begünstigt.

Soziale Unterstützung und Motivation spielen eine entscheidende Rolle für den langfristigen Erfolg von Fitnessprogrammen. Gruppenfitnesskurse schaffen eine unterstützende Gemeinschaft, die den Teilnehmenden emotionalen Rückhalt bietet und sie dazu motiviert, regelmässig körperlich aktiv zu sein. Die gemeinsame Teilnahme an solchen Kursen fördert den sozialen Zusammenhalt und trägt dazu bei, Motivationsstiefs zu überwinden sowie die Adhärenz an einem Trainingsprogramm zu verbessern. Die Dynamik, der Spass und die Freude innerhalb der Gruppe können dazu beitragen, dass Teilnehmende regelmässig die Kurse besuchen, da ein Gefühl der Verantwortlichkeit gegenüber anderen entsteht. Letztlich bestätigen die Untersuchungsergebnisse von Heinrich, Kurtz, Patterson, Crawford & Barry (2022), dass die Gruppendynamik einen positiven Einfluss auf die soziale Unterstützung und Motivation der Teilnehmer hat.

Psychisches Wohlbefinden

Die wissenschaftliche Erkundung der psychologischen Auswirkungen von Gruppenfitness, wie sie von Kanamori, Takamiya & Inoue (2015) durchgeführt wurde, legt nahe, dass die Teilnahme an gemeinsamen Fitnessaktivitäten weitreichende positive

die Lebenszufriedenheit steigern können. So zeigt sich, dass die Teilnahme an Gruppenfitnesskursen nicht nur ein Weg zu körperlicher Gesundheit ist, sondern auch einen wertvollen Beitrag zur psychischen Gesundheit leistet, indem sie ein unterstützendes Umfeld schafft, das den individuellen Bedürfnissen nach sozialer Verbundenheit und emotionaler Unterstützung gerecht wird.

Herz-Kreislauf-Gesundheit

Die Bedeutung von Gruppenfitness für die körperliche Gesundheit wird durch Untersuchungen wie die von Komatsu, Yagasaki & Saito (2017) untermauert. Diese Studie zeigt, dass die Teilnahme an Gruppenfitnesskursen vielfältige positive Auswirkungen auf die körperliche Gesundheit hat. Ein zentraler Faktor ist die Variation der Übungen innerhalb dieser Kurse, gepaart mit der kompetenten Anleitung durch qualifizierte Trainer.

Die Forschungsergebnisse weisen darauf hin, dass die strukturierten Übungen in Gruppenkursen eine ganzheitliche Verbesserung der Fitness fördern. Durch die Kombination von Ausdauer-, Kraft- und Flexibilitäts-, Beweglichkeits- und Gleichgewichtstraining wird nicht nur die allgemeine Fitness ►

gesteigert, sondern auch das Risiko für Verletzungen reduziert. Die Trainingsmodalitäten, welche die Gruppenfitnesskurse abdecken, sorgen zudem für eine herausfordernde und abwechslungsreiche Trainingsumgebung, die die Motivation der Teilnehmer aufrechterhält und eine umfassende Fitness garantiert.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Anleitung durch qualifizierte Trainer, die sicherstellen, dass die Übungen korrekt und effektiv ausgeführt werden. Dies trägt nicht nur dazu bei, die gewünschten Fitnessziele zu erreichen, sondern minimiert auch das Risiko von Verletzungen durch falsche Bewegungsausführungen.

Die Forschungsergebnisse von Quindry, Williamson-Reisdorph & French (2020) verdeutlichen die bedeutende Rolle von Gruppenfitness im Kontext der Herz-Kreislauf-Gesundheit. Durch die Integration von intensiven Cardio-Elementen in Gruppenkurse wird nicht nur die Ausdauer verbessert, sondern auch das Herz-Kreislauf-System gestärkt. Diese ganzheitliche Trainingsmethode kann dazu beitragen, das Risiko von Herz-Kreislauf-Erkrankungen wie Herzinfarkt und Schlaganfall zu reduzieren.

Ein wesentlicher Aspekt ist die kollektive Anstrengung innerhalb der Gruppe, die eine positive Herz-Kreislauf-Adaption fördert. Die Struktur und die Gemeinschaft in Gruppenfitnesskursen schaffen eine Umgebung, in der die Teilnehmer gemeinsam ihre Herzgesundheit verbessern können, da sie ihre Motivation aufrechterhalten und folglich regelmässig an den Kursen teilnehmen.

Diese gemeinschaftliche Erfahrung im Gruppenfitness trägt nicht nur dazu bei, die individuelle Fitness zu steigern, sondern unterstützt auch die Prävention von Herz-Kreislauf-Erkrankungen auf lange Sicht. Festgehalten werden kann, dass Gruppenfitness nicht nur ein effektiver Weg ist, um die Herz-Kreislauf-Gesundheit zu fördern, sondern auch eine positive Wirkung auf die gesamte kardiovaskuläre Fitness hat. Diese Erkenntnisse betonen somit die Bedeutung von Gruppenfitness als wichtigen Bestandteil eines ganzheitlichen Ansatzes zur Verbesserung der Herzgesundheit (Quindry, Williamson-Reisdorph & French 2020).

Gewichtsmanagement

Die Bedeutung von Gruppenfitness für das Gewichtsmanagement wird durch Forschungsergebnisse, wie sie von Allyson et al. (2021) präsentiert wurden, deutlich unterstrichen. Diese Studien legen nahe, dass Gruppenfitness einen effektiven Beitrag zur Gewichtsreduktion und -zunahme leisten kann. Die zentralen Aspekte sind die Wahl des Kurses, die persönlichen Merkmale und Vorlieben sowie die soziale Verantwortlichkeit, die innerhalb der Gruppe entsteht und als motivierender Faktor für die Einhaltung eines regelmässigen Trainings- und Ernährungsplans wirkt.

Die Struktur und die Gemeinschaft in diesen Kursen fördern die Adhärenz an einem Trainingsprogramm, da die Teilnehmer sich gegenseitig unterstützen und motivieren. Die Grup-

pendynamik geht jedoch über die physische Aktivität hinaus und schafft auch eine Plattform für den Austausch von Ernährungsinformationen und -strategien. Insgesamt können Gruppenfitnesskurse eine effektive Ergänzung zu einem ganzheitlichen Ansatz für das Gewichtsmanagement sein, indem sie eine Kombination aus Energieverbrauch, Muskelaufbau, Motivation und sozialer Unterstützung bieten.

Fazit

Gruppenfitnesskurse spielen eine wichtige Rolle für Trainer und Gesundheitscenter, indem sie sowohl berufliche Möglichkeiten als auch finanzielle Vorteile bieten und gleichzeitig die Kundenbindung und das Gesundheitsbewusstsein fördern können.

Die vertiefte Analyse dieser essenziellen Themen verdeutlicht, dass Gruppenfitness nicht nur ein effektives Mittel zur Verbesserung der physischen Fitness ist, sondern auch ein umfassendes Konzept zur Förderung der psychischen und physischen Gesundheit darstellt. Die kombinierten Effekte von sozialer Unterstützung, psychologischem Wohlbefinden, körperlicher Gesundheit, Gewichtsmanagement und Herz-Kreislauf-Fitness machen Gruppenkurse zu einer ganzheitlichen Strategie für die Förderung eines gesunden Lebensstils. ■



Jana Herrero

Jana Herrero ist SAFS-Dozentin, Sport- und Sekundarlehrerin (Masterstudium ETH und an der Pädagogischen Hochschule Luzern), Dances Mastertrainerin, bodyART®-Instruktorin, Ernährungstrainerin und hat diverse Weiterbildungen in den Bereichen Sport, Ernährung, und Körpertraining absolviert.

www.safs.com



Sara Martinovic

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

Auszug aus der Literaturliste

Heinrich, K. M., Kurtz, B. K., Patterson, M., Crawford, D. A. & Barry, A. (2022). Incorporating a Sense of Community in a Group Exercise Intervention Facilitates Adherence. *Health Behavior Research*, 5 (3), 1–13.

Komatsu, H., Yagasaki, K., Saito, Y. & Oguma, Y. (2017). Regular group exercise contributes to balanced health in older adults in Japan: a qualitative study. *BMC Geriatrics*, 17 (190), 2–9.

Quindry, J., Williamson-Reisdorph, C. & French, J. (2020). Health and fitness benefits using a heart rate intensitybased group fitness exercise regimen. *Journal of Human Sport and Exercise*, 15 (3), 692-705.

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

DESIGN FIRST.



SCHWEIZ
FIMEX
distribution ag

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

fit interiors



Hilfreich, motivierend, inspirierend

Zielgruppen mit gutem Content besser erreichen

Auch ohne grosses Werbebudget guten Content kreieren, kann durch gezielte Massnahmen zur Suchmaschinenoptimierung (SEO) das Quäntchen Unterschied gegenüber den Mitbewerbern ausmachen. Die nachstehenden Impulse können Studiobetreiberinnen und -betreibern auf diesem Weg helfen.

Interessierte, die auf Google und YouTube suchen, wollen schnell und einfach an Informationen gelangen oder Lösungen für ihre Probleme finden (Alpar, Koczy & Metzen, 2015). Als «Problemlosler» können Sie und Ihr Studio die besten Lösungen und Dienstleistungen bieten – das nutzt Ihnen aber leider in

der Praxis nur wenig, wenn Sie im Netz von potenziellen Neukunden nicht gefunden werden.

Suchmaschinenoptimierung immer wichtiger

Angesichts vergleichbarer Angebote, steigender Werbekosten



Abb. 1: Fünf-Punkte-Plan für mehr Sichtbarkeit und Erfolg (eigene Darstellung)

und wachsendem Wettbewerbsdruck wird es zunehmend wichtiger, sich online bestmöglich zu positionieren, um aus dem Markt herauszustecken (Sens, 2020). Durch Suchmaschinenoptimierung (kurz: SEO) können Studios sich hier wichtige Wettbewerbsvorteile verschaffen und ihre Erfolgchancen deutlich steigern – ohne gleich das Online-Marketing-Budget zu belasten (Erlhofer, 2020).

Leider schöpfen bisher nur die wenigsten Studios das volle Potenzial der beiden grössten internationalen Suchplattformen aus, indem sie für ihre Websitetexte und/oder YouTube-Videos aktiv Suchmaschinenoptimierung (SEO) betreiben. Häufig fehlt es in der Praxis neben Zeit und Budget vor allem auch am nötigen Know-how, wie man auf Google und YouTube auch ohne bezahlte Werbung auf der ersten Suchergebnisseite (SERP= Search Engine Result Page) erscheint. Doch das muss nicht so bleiben.

Wertvolle Tipps für mehr Sichtbarkeit und Erfolg

Der nachfolgende Fünf-Punkte-Plan bietet Studios wertvolle

Hilfestellungen, Praxistipps sowie zeiteffiziente Umsetzungsimpulse, wie man dieses «schlummernde» Marketingpotenzial effektiv nutzen und die eigenen Produkte/Dienstleistungen auf den ersten Ergebnisseiten bestmöglich positionieren kann.

Die einzelnen Schritte umfassen dabei die wesentlichen Aspekte von der Suchbegriff- bzw. Schlüsselwortsuche (sog. Keywords) über die Content-Planung/-Erstellung bis hin zur Analyse der entsprechenden Optimierungsmassnahmen. Da beide Suchplattformen auf ähnlichen Algorithmen und gleichen Keyword-Grundlagen basieren, lohnt es sich, bei der Umsetzung synchron vorzugehen. Dieses Vorgehen schafft in Sachen Zeiteffizienz und Stringenz wertvolle Synergieeffekte und wird sich langfristig in mehrfacher Hinsicht auszahlen.



1. Keyword-Recherche

Relevante Keywords spielen in der Suchmaschinenoptimierung eine zentrale Rolle und sind der Grundstein für alle nachfolgenden Umsetzungsschritte ▶

(Raymond, 2021). Denn nur wer weiss, welche Zielgruppe nach welchen Begriffen sucht, kann den Content auch entsprechend ausrichten, um online überhaupt gefunden zu werden und so eigene Angebote zielführend vermarkten zu können. Dieses strukturierte Vorgehen sorgt langfristig dafür, dass im Optimalfall aus Suchenden bzw. Interessierten auch zahlende Mitglieder werden. Eine solche «Umwandlung» nennt man in der Marketingpraxis «Conversion».



Die Recherche beginnt meist mit einem gemeinsamen Brainstorm-Meeting, in dem Sie zusammen mit Ihrem Team die wichtigsten Keywords zusammentragen und in einer Liste notieren. In einem weiteren Schritt können spezielle Tools, wie beispielsweise der Google Keyword-Planner, Google Trends, oder Google Suggest weitere wichtige Suchbegriffe liefern. Hierbei wird häufig zwischen Short-Tail- und Long-Tail-Keywords unterschieden (Schlömer, 2018). Short-Tail-Keywords sind einzelne Begriffe, wie z. B. «Fitnessstudio», und Long-Tail-Keywords sind längere Begriffskombinationen, z. B. «Bestes Fitnessstudio in Zürich». Long-Tail-Keywords haben zwar in der Regel geringere Suchvolumina, können aber in der Praxis zu besseren Conversion-Raten führen. Dies liegt daran, dass Menschen, die mithilfe längerer Begriffe recherchieren, allgemein «aktiver» sind und nach einer spezifischeren Lösung in ihrem regionalen Umfeld suchen.

Nachdem Sie so die wichtigsten Keywords identifiziert haben, können Sie nun Ihre Website sowie die bestehenden Landingpages optimieren und über zusätzlichen Text-/Bild-/Video-Content (bspw. kurze Informationsartikel, Erklärvideos o. Ä.) Ihre Erfolgchancen weiter erhöhen.

 **2. Content-Planung mit Fachexperten**
 Fitnessstudios beschäftigen qualifizierte Fach- und Führungskräfte und verfügen damit automatisch über ein hohes interdisziplinäres Fachwissen – doch wird dieses Wissen auch im Rahmen der Vermarktung und Content-Erstellung immer zielführend genutzt?

Websitetexte, Blogartikel und Videos bergen ein grosses Marketingpotenzial und können Ihnen dabei helfen, Ihre Expertise auch nach aussen zu tragen. Indem Sie basierend auf der Keyword-Recherche thematisch passende Texte, Bilder und Videos erstellen, bieten Sie Informationen zu diversen Bereichen bzw. Lösungen für verschiedenste Bedürfnisse und können dadurch bei Interessierten punkten.

Wählen Sie dafür im ersten Schritt unternehmenseigene Expertinnen und Experten für die jeweiligen Themengebiete

(Training, Ernährung usw.) aus und gehen Sie gemeinsam an die Content-Planung. Wenn Marketing- und Fachexperten einzelner Bereiche dabei von Anfang an eng zusammenarbeiten, sichert das eine hohe Qualität der Inhalte und sorgt für eine zeiteffiziente Umsetzung. Doch wie sollte geeigneter Content aussehen? Die Texte, Bilder und Videos sollten immer anhand bestimmter Kriterien charakterisiert, strukturiert und ausgerichtet sein. Folgende Anhaltspunkte können als Orientierung dienen: Content für Google und YouTube sollte immer **hilfreich, inspirierend, motivierend** und/oder **aktivierend** sein (Weller & Harmanus, 2020).

Für die weitere Umsetzung bietet es sich an, einen internen Content-Koordinator zu benennen, der die Inhalte bei den verschiedenen Experten «eintreibt» und einen Content-Plan erstellt.

Dieser Plan sollte mindestens folgende Punkte beinhalten: Keywords, Thema, Titel, Zielgruppe, Content-Art (Interview, Trainingsvideo o. Ä.), zuständige Umsetzungsverantwortliche bzw. Ansprechpartner sowie einen strukturierten Zeitplan inklusive relevanter Deadlines von der Erstellung bis zur Veröffentlichung. Beachten Sie bei der Planung, dass der Content immer im Einklang mit Ihrem Markenversprechen und den Bedürfnissen Ihrer Zielgruppe(n) stehen sollte.

 **3. Optimale Produktion von zielführendem Content**

Auf Basis der Keywords (1.) und der geplanten Content-Schwerpunkte (2.) können Sie und Ihr Team nun gemeinsam an die Produktion der jeweiligen Beiträge gehen. Wo möglich, bietet es sich an, die einzelnen Themen parallel im Text-, Bild- und Videoformat umzusetzen. Das sorgt für einen guten Content-Mix und schafft bei der Umsetzung wertvolle Synergieeffekte (Zeiteffizienz, Stringenz etc.). Um eine hohe Conversion-Rate zu erzielen, sollte der Inhalt jeweils direkt mit einem spezifischen Angebot verknüpft sein.



Texte/Blogartikel: Verwenden Sie die Keywords in den Überschriften (H1), im Titel sowie im Artikeltext, idealerweise zu Beginn des Textes. Setzen Sie Bilder ein und sorgen Sie am Ende für eine klare Handlungsaufforderung bzw. einen Call-to-Action (CTA). Dieser CTA kann dann zum Beispiel direkt auf einen Buchungskalender zu einer Dienstleistung, z. B. Personal Training, führen. Bei Artikeln ist es besonders wichtig, dass sie einen guten, natürlichen Lesefluss aufweisen. Deshalb sollte auf die inflationäre Verwendung einzelner Keywords verzichtet werden. Arbeiten Sie lieber auch mit Synonymen und sorgen Sie für Varianz.

Videos: Die Keywords sollten im Video (gesprochen), im Untertitel sowie im Titel und in der Videobeschreibung entsprechend verwendet werden. Je früher Sie im Video oder im Text erwähnt werden, desto besser. Ziel muss es sein, dass das Video so lange wie möglich angeschaut wird. Deshalb sollte der Clip direkt Aufmerksamkeit erregen und einen Spannungsbogen bis zum Ende aufweisen. Dies erreichen Sie mit einem einfachen Einstiegsimpuls zu Beginn, einer klaren Struktur über den Verlauf des Videos hinweg und kurzweilig vermitteltem Expertenwissen.

Im Rahmen der Content-Erstellung für Google und YouTube gibt es viele technische Gemeinsamkeiten – jedoch sind auch einige Unterschiede zu beachten; z. B., dass YouTube im Gegensatz zu Google kürzere Überschriften bevorzugt.



4. Querverlinkungen und Backlinks nutzen

Interne Verlinkungen helfen Google, Ihre Website thematisch besser einzuordnen. Beachten Sie bei der Erstellung neuer Artikel, dass sich diese Beiträge deshalb aufeinander beziehen sollten. Nutzen Sie sogenannte Ankertexte regelmäßig, um auf andere interne Seiten/Beiträge zu verlinken. Auch auf YouTube sind interne Verlinkungen wichtig. Nutzen Sie die Optionen «Playlists», «Cards» oder «Endcards», um Ihre Videos zielführend miteinander zu verbinden.

Externe Verlinkungen, sogenannte Backlinks, geben Ihrer Seite zusätzlich mehr Glaubwürdigkeit und schaffen Vertrauen aufseiten von Suchmaschinen und Websitebesuchern. Im besten Fall erhalten Sie Backlinks von etablierten Websites, die ihrerseits bereits ein hohes Ansehen geniessen. Je mehr professionelle Unternehmen/Websites auf Sie und Ihre Beiträge verlinken, umso besser. Backlinks kann man bspw. erlangen, indem man einen Gastartikel auf solchen Websites veröffentlicht.

Backlinks sind neben gutem Content eines der wichtigsten Ranking-Signale für Google und können stark beeinflussen, wie weit oben ein Artikel in den SERPs gerankt wird. Auch für YouTube-Videos bedeuten mehr Backlinks mehr Glaubwürdigkeit, was ein höheres Ranking auf den YouTube-SERPs zur Folge hat. Die Einbettung von Videos auf anderen Websites und Kanälen oder das Gastblogging auf grösseren YouTube-Kanälen sind ebenfalls geeignete Methoden, um ein höheres Ranking zu erreichen. Abschliessender Tipp: Verlinken Sie immer auch Ihr Google-Unternehmensprofil mit Ihrer Website und dem YouTube-Account und stellen Sie so sicher, dass all Ihre Kanäle optimal vernetzt sind.



5. Analyse und kontinuierliche Weiterentwicklung

Analysieren Sie regelmässig Ihre Weiterentwicklung hinsichtlich der Sichtbarkeit anhand von relevanten Klickzahlen, Rankingpositionen usw. Nutzen Sie dafür z. B. die Google Search Console oder YouTube Insights. Mit diesen hilfreichen Tools können Sie nicht nur den Erfolg Ihrer Mass-

nahmen untersuchen, sondern auch sukzessive mehr über die Zusammensetzung Ihrer Zielgruppen erfahren. Durch diese wertvollen Erkenntnisse können Sie Ihren Content weiter optimieren und neue Ideen für weitere Content-Beiträge generieren.

Beachten Sie dabei aber, dass Entwicklungen häufig nicht unmittelbar sicht- bzw. messbar sind.

Fazit

Für die Suchmaschinenoptimierung muss man Geduld mitbringen, denn Veränderungen in den SERPs machen sich oftmals erst nach einigen Monaten bemerkbar – sind dafür aber deutlich nachhaltiger.

Mit dem richtigen Content-Mix und einer passenden SEO-Strategie können Studios ihre Sichtbarkeit deutlich verbessern und sich dadurch wichtige Wettbewerbsvorteile verschaffen. Der aufgezeigte Fünf-Punkte-Plan liefert nützliche Ansätze und Impulse dafür, wie das schlummernde Marketingpotenzial der beiden grössten internationalen Suchplattformen zielführend genutzt werden kann – sowohl für die Mitglieder-gewinnung als auch zur Umsatzsteigerung. ■



Roman Spitko

Roman Spitko schloss ein Studium der Betriebswirtschaftslehre sowie ein Master-in-Commercial-Law-Studium (LLc. M.) ab. Er ist Dozent der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und Referent der BSA-Akademie. Zudem hat er die Fachleitung Management/Ökonomie inne.

www.dhfpg-bsa.de



Frederik Neust

Frederik Neust ist Fitnessökonom und hilft innovativen Firmen, den Markteintritt in Asien zu schaffen und nachhaltig «digitale Muskeln» aufzubauen. Er ist Dozent der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und Referent der BSA-Akademie.

www.dhfpg-bsa.de

Auszug aus der Literaturliste

Erlhofer, S. (2020). Suchmaschinen-Optimierung – Das umfassende Handbuch (10., aktualisierte und erweiterte Auflage). Bonn: Rheinwerk Verlag.

Schlömer, B. (2018). Inbound! – Das Handbuch für modernes Marketing. Bonn: Rheinwerk Verlag.

Sens, B. (2020). Das SEO-Cockpit: 8 Phasen einer erfolgreichen SEO-Strategie für bessere Google Positionen. Wiesbaden: Springer Gabler Verlag.

Weller, R. & Harmanus, B. (2021). Content Design: Das Handbuch für Conversion-orientierte Content Marketer, Webdesigner & Unternehmer. München: Carl Hanser Verlag.

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



Kinder als Zielgruppe im Gruppentraining

Fit Kids oder Couch-Potatoes?

Der richtige Zeitpunkt ist da, um über Kinder als Zielgruppe im Fitnessstudio nachzudenken. Welche aktuellen Entwicklungen zu dieser Aussage führen, welche Überlegungen bei der Umsetzung angestellt werden sollten und wie ein Programm für Kinder im Gruppentrainingsbereich beispielhaft umgesetzt werden kann, zeigt dieser Artikel.

Als eine «stille Pandemie» bezeichneten im Jahr 2021 die Deutsche Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin e. V. (DGKJ), die Deutsche Adipositas-Gesellschaft e. V. (DAG) und

die Arbeitsgemeinschaft Adipositas im Kindes- und Jugendalter e. V. (AGA) die Entwicklung des Übergewichts bei Kindern und mahnten die Gesundheitspolitik zur Aufnahme dieser



Problematik in die Agenda (DGKJ, DAG & AGA, 2021). Sie bezogen sich auf die Ergebnisse der KIGGS-Untersuchung aus dem Jahr 2018, wonach zu diesem Zeitpunkt 15,4 Prozent der Drei- bis 17-Jährigen in Deutschland übergewichtig und 5,9 Prozent adipös waren (Schienkiewitz, Brettschneider, Damerow & Schaffratz Rosario, 2018, S. 18). Die Querschnittergebnisse der KIGGS-Studie aus dem Jahr 2018 zeigten auch, dass lediglich 22,4 Prozent der Mädchen und 29,4 Prozent der Jungen im Alter von drei bis 17 Jahren die Bewegungsempfehlungen der Weltgesundheitsorganisation (WHO) von täglich mindestens 60 Minuten körperlich-sportlicher Aktivität bei moderater bis hoher Intensität einhielten (Finger, Varnaccia, Borrmann, Lange & Mensink, 2018, S. 24).

Hauptsächlich bedingt durch den zweiten Lockdown ab Ende 2021 hat sich die Ernährungs- und vor allem die Bewegungssituation bei Kindern und Jugendlichen nun sogar noch verschlechtert (Schmidt et al., 2021; DAG & EKfZ, 2022, S. 15). Neben weiteren Studienergebnissen zeigt auch eine aktuelle repräsentative forsa-Umfrage im Auftrag der DAG und des Else Kröner-Fresenius-Zentrums für Ernährungsmedizin (EKfZ), dass seit Beginn der Corona-Pandemie jedes sechste Kind Gewicht zugenommen hat. In der Altersgruppe der Zehn- bis Zwölfjährigen ist sogar jedes dritte Kind von einer ungesunden Gewichtszunahme betroffen (DAG & EKfZ, 2022, S.12).

Zeit zu handeln

Die beschriebene Situation macht deutlich, dass Fitness- und Gesundheitsanbieter sich die Zielgruppe Kinder im Alter zwischen drei und zwölf Jahren (noch einmal) ins Bewusstsein rufen sollten. Sie haben die Möglichkeit und das Potenzial, ein attraktives Angebot zu schaffen und damit einen wichtigen Beitrag zu leisten, sodass Kinder fit und nicht zu Couch-Potatoes werden. Folgende Überlegungen und Aspekte sollen auf dem Weg zum Angebot eines Kinderfitnessprogramms unterstützen:

1. Der Ansatz

Kinder übernehmen in erster Linie ihre Verhaltensmuster von Vorbildern. Auch hinsichtlich Sport und Bewegung orientieren sich Kinder an Erwachsenen (Schmiade & Mutz, 2021, S. 122). Grundsätzlich ist es also zu empfehlen, den Kindern Sport als etwas Positives zu vermitteln und zu betonen, wie wichtig Bewegung für eine gute Gesundheit ist. Allerdings können Kinder dieses Wohlbefinden nach dem Sport oft noch nicht einordnen oder den Bezug zur Gesundheit entsprechend herstellen. Das heisst, hier ist ein anderer Ansatz nötig: Spass! Ein Bewegungsprogramm für Kinder muss interessanter und spassiger sein als das Sitzen auf der Couch. Es muss die natürliche Neugierde von Kindern sowie den Drang, sich auszuprobieren, befriedigen. Genau hier können Fitnessanbieter ansetzen, um diese neue Zielgruppe zu erschliessen. Zur praktischen Umsetzung bietet sich der Gruppentrainingsbereich in diverser Hinsicht optimal an: Der Kursraum bietet eine grosse Fläche, die bestens geeignet ist für freie Bewegungen, Spiele und Kreativität. Einfach und mit wenig Zusatzmaterial kann hier ein Programm umgesetzt werden. Zudem ist durch ein separiertes Angebot im Kursraum der Betrieb auf der Trainingsfläche unbeeinflusst. Aus wirtschaftlicher Sicht kann ein Kinderfitnessprogramm bei freien Kapazitäten den leerstehenden Kursraum füllen und den Eltern ein paralleles Training ermöglichen, das sie ohne ein solches Angebot möglicherweise nicht wahrnehmen könnten.

2. Die Akquise

In der Erstberatung von fitnessinteressierten Personen sollte in der Bedarfsanalyse die Frage nach eigenen Kindern selbstverständlich sein. Hier kann auf die bisherige Aktivität des Nachwuchses eingegangen und ein entsprechend attraktives ▶

Angebot vorab erstellt werden (z. B. Familienmitgliedschaften, Kinderkurse und Erwachsenenkurse zur gleichen Zeit). Weiterhin können Kinder von Bestandsmitgliedern in allen Altersstufen über Gutscheinkarten angeworben werden. Auch Kooperationen mit Kindergärten und/oder Schulen bringen neue Kontakte. Ein intensives und zielgruppenangepasstes Marketing auf Social-Media-Plattformen sollte ebenfalls in die Akquise integriert sein, um auch die Kinder, deren Eltern nicht im Fitnessstudio trainieren, sowie potenzielle Kooperationspartner optimal anzusprechen und die eigene Reichweite zu vergrößern.

3. Die Trainerkompetenz

Die Kompetenzen des Trainerteams sind entscheidend. Eine grundständige fachliche Qualifikation mit Spezialisierung im Bereich Kindertraining stellt die Basis dar. In der praktischen Umsetzung kommen weitere Überlegungen hinzu: Viel zu oft werden Kinder in ihrem Alltag zu hart kritisiert, stehen unter Leistungsdruck und verlieren somit den Spass an der Sache. Viele Kinder und Jugendliche fühlen sich heutzutage in ihrem Alltag nahezu genauso gestresst wie Erwachsene (Hanewinkel, Hansen, Neumann & Petersen, 2021, S. 26). Daher müssen die Empathie und das Verständnis gegenüber der neuen Zielgruppe priorisiert werden. Um die Kinder langfristig zu motivieren, stehen Lob und Wertschätzung, ehrliches Interesse und aktives Zuhören an erster Stelle. Aus langfristiger Motivation kann in der Folge auch eine langfristige Kundenbindung bis ins Erwachsenenalter entstehen.

4. Das Trainingsprogramm

Das übergeordnete Ziel aller Kinderfitnessprogramme sollte die Vermittlung von Freude und Spass an der Bewegung sein. Nur wenn das gegeben ist, bleiben die Kinder längerfristig dabei und haben dadurch die Chance, die vielfältigen positiven Auswirkungen von Sport auf die körperliche und psychische Entwicklung sowie auf die Gesundheit zu erfahren.

Inhaltlich muss das Training der sportmotorischen Fähigkeiten unter Berücksichtigung des Entwicklungsstandes altersgemäss umgesetzt werden. So erfährt beispielsweise im frühen Schulkindalter (sechs/sieben bis zehn Jahre) die Schnelligkeit ihren höchsten Entwicklungsschub (Weineck, 2019, S. 676). Bei Kindern entsprechenden Alters könnte diese sportmotorische Fähigkeit in der Praxis beispielsweise durch das Spiel «Tigerball» gezielt angesprochen werden: Die Kinder bilden dazu einen Kreis. Ein oder zwei Kinder befinden sich in der Kreismitte und sind die Tiger. Die Aussenspielenden werfen sich einen Ball kreuz und quer im Kreis über den Tigern zu. Diese versuchen den Ball abzufangen. Schaffen sie dies, muss das Kind, das zuletzt geworfen hat, in die Mitte und wird zum Tiger. Der Tiger, der den Ball abgefangen hat, stellt sich zu den Kindern in den Kreis. Als Variation können die Bälle gerollt oder geprellt werden oder es werden mehrere Bälle gleichzeitig eingesetzt.

Auch das kindgemässe Training der motorischen Fähigkeiten Kraft, Koordination und Beweglichkeit sollte im o. g. Alter ver-

stärkt berücksichtigt werden (Lloyd & Oliver, 2012, S. 63–64). Umsetzen liesse sich dies etwa in einem Zirkel, in dem funktionelle Übungen als Bewegungsgeschichte unter dem Motto «Wir sind im Zoo» zu passender Musik durchgeführt werden. Zum Beispiel: Station eins – «Adler» (mit Fitball): Hier führen die Kinder in Bauchlage auf dem Ball Flugbewegungen wie ein Adler durch. Station zwei – «Flamingo» (mit Balancepad): Die Kinder stehen einbeinig (im Wechsel) auf den Pads und ahmen einen Flamingo nach. Station drei – «Raupe» (mit Teppichfliesen): An dieser Station positionieren die Kinder im Vierfüßlerstand beide Knie und beide Hände jeweils auf eine Teppichfliese und bewegen sich im «Raupengang» vorwärts. Station vier – «Storch» (mit Seilen): Die Kinder balancieren im «Storchengang» über die auf dem Boden liegenden Seile, während sie das Knie des jeweils unbelasteten Beins so weit wie möglich nach oben ziehen. Das Belastungsgefüge sowie die Pausen sind dem Alter und Leistungsstand der Kinder anzupassen. Die Pausen können auch aktiv gestaltet werden, z. B. mit einer einfachen Choreografie, deren Schritte passend zum Motto des Zirkels, in diesem Fall nach Tiernamen, benannt sind.

Fazit

Viele Kinder bewegen sich zu wenig und die Anzahl der übergewichtigen Kinder nimmt zu; beides kann erhebliche Folgen für deren Gesundheit mit sich bringen. Es ist also an der Zeit, als Fitness- und Gesundheitsanbieter diese Zielgruppe zu erschliessen. Entsprechende Angebote und Programme können schnell und einfach im Gruppentrainingsbereich umgesetzt werden. Zudem können Studios über ein solches Angebot die Kundschaft der Zukunft bereits frühzeitig gewinnen und langfristig halten. ■



Conny Müller

Conny Müller, M. A. Prävention und Gesundheitsmanagement, doziert seit fünf Jahren an der DHfPG und BSA-Akademie. Zuvor war sie u. a. für die Konzeption und Durchführung von Kinderaktivitäten in der Hotellerie im In- und Ausland verantwortlich und ist heute noch als Kinderfitnesstrainerin tätig.

www.dhfgp-bsa.de

Auszug aus der Literaturliste

Deutsche Adipositas Gesellschaft & Else Kröner-Fresenius-Zentrum für Ernährungsmedizin. (2022). Folgen der Pandemie: Wie Corona das Gesundheitsverhalten von Kindern und Jugendlichen verändert hat. Zugriff am 07.07.2022. Verfügbar unter https://adipositas-gesellschaft.de/wp-content/uploads/2022/05/2022-05-31_DAG-EKFZ_forsa-Umfrage_Ergebnispraesentation_final.pdf

Hanewinkel, R., Hansen, J., Neumann, C. & Petersen, F. L. (2021). Präventionsradar. Erhebung Schuljahr 20/21. Kinder- und Jugendgesundheit in Schulen. Ergebnisbericht 2020/2021. Kiel: Institut für Therapie- und Gesundheitsforschung (IFT-Nord).

Schmidt, S. C. E., Burchartz, A., Kolb, S., Niessner, C., Oriwol, D., Hanssen-Doose, A. et al. (2021). Zur Situation der körperlich-sportlichen Aktivität von Kindern und Jugendlichen während der COVID-19 Pandemie in Deutschland: Die Motorik-Modul Studie (MoMo). KIT Scientific Working Papers, 165. Karlsruhe: KIT.

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

Werde LES MILLS Instruktor

Starte deine Ausbildung!



safs.com

Infos &
Anmeldung

LES MILLS



Forschungsergebnisse im Fokus

Wissenschaft für die Trainingspraxis



Krafttraining für die Herzgesundheit

Resistance Exercise Training in Individuals With and Without Cardiovascular Disease

Regelmässiges Krafttraining trägt nicht nur zum Aufbau und Erhalt der Muskelmasse bei, sondern senkt auch das Risiko von Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Die American Heart Association hat dazu unlängst ein neues Positionspapier veröffentlicht.

Die Autoren zeigen dazu aktuelle Studienergebnisse auf und leiten daraus evidenzbasierte Empfehlungen für Training und Prävention ab.

Der Beitrag fasst die gesundheitspositiven Effekte von Krafttraining (allein und in Kombination mit Ausdauertraining) auf Blutdruck, Cholesterin- und Blutzuckerwerte, Körperzusammensetzung sowie weitere kardiovaskuläre Risikofaktoren zusammen. Bereits zwei moderat-intensiv Einheiten pro Woche können ausreichen, um von den Vorteilen des Krafttrainings zu profitieren und das Erkrankungsrisiko zu reduzieren.

Das Positionspapier unterstreicht die Relevanz von regelmässigem Krafttraining für die Gesundheit. Die Experten sprechen sich für gezielte Strategien zur Förderung und Verschreibung von Krafttraining aus und setzen damit ein wichtiges Signal für die Fitness- und Gesundheitsbranche.

Literaturliste

Paluch, A. E., Boyer, W. R., Franklin, B. A., Laddu, D., Lobelo, F., Lee, D. et al. (2024). Resistance Exercise Training in Individuals With and Without Cardiovascular Disease: 2023 Update: A Scientific Statement From the American Heart Association. *Circulation*, 149 (3), 217–231.



Professionelle Gesundheitspartner

The Need for Health and Prevention through Fitness Sports

Ein Beitrag aus dem *European Journal of Sport Sciences* beschäftigt sich mit der zunehmenden Bedeutung von Gesundheits- und Bewegungsförderung und beleuchtet dabei explizit die Rolle von Gesundheits- und Fitnesscentern.

Auf Basis aktueller Studienergebnisse und Entwicklungen untersucht der narrative Review den gesellschaftlichen Wandel weg von einer reinen Krankheitsprävention hin zu einer ganzheitlichen Gesundheitsförderung und geht dabei auf den wertvollen Beitrag von Fitnesscentern und deren Angeboten ein.

Wenn es darum geht, sich körperlich und geistig ganzheitlich gesund zu halten, sind Fitnesscenter aus Sicht der Autoren der ideale Partner. Mit ihren umfangreichen Angeboten aus Training, Wellness und Entspannung sowie der professionellen Trainingsbetreuung durch qualifizierte Trainer unterstützen Fitnesscenter Trainierende zielführend bei der Erreichung ihrer individuellen Fitness- und Gesundheitsziele.

Durch die stetige Weiterentwicklung und Professionalisierung der Branche bieten Fitnesscenter evidenzbasierte, kundennahe und bedarfsgerechte Gesundheitsdienstleistungen für unterschiedlichste Zielgruppen an. Sie leisten damit einen wichtigen Beitrag zur Gesunderhaltung der Bevölkerung.

Literaturliste

Tokarski, W., Tosounidis, A. & Zarotis, G. F. (2023). The Need for Health and Prevention through Fitness Sports. *European Journal of Sport Sciences*, 2 (4), 34–42.

HYGIENE MIT SYSTEM!

BESTWIPES

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



KENNENLERN-ANGEBOT

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

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

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

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

**JETZT UMSTEIGEN UND
NUR VORTEILE GENIESSEN!**

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

Zielgruppenübergreifendes Kursangebot

Erfolg und Spass mit Indoor Cycling

Ob Musik aus verschiedenen Jahrzehnten, abwechslungsreiche Streckenprofile oder unterschiedliche Trainingserfahrung – Indoor-Cycling-Kurse können auf vielfältige Art und Weise gestaltet sein, sodass nahezu jeder eine Fitnessanlaufstelle findet.

Indoor Cycling, auch bekannt als Spinning, wird selbst von Krankenkassen empfohlen. Das Ausdauertraining auf stationären Rädern hat viele positive Effekte auf das Herz-Kreislauf-System und trainiert gelenkschonend die Bein-, Gesäß- und Rumpfmuskulatur (AOK-Bundesverband GbR, 2021). Studien bestätigen, dass die regelmässige Teilnahme an einem drei- bis sechsmo-natigen Indoor-Cycling-Programm den Blutdruck senken und zu einer Gewichtsreduktion führen kann (Chavarrias, Carlos-Vivas, Collado-Mateo & Pérez-Gómez, 2019, S. 456–451).

Individuelle Trainingsintensität

Ein Vorteil des Indoor Cyclings ist, dass Personen unterschiedlicher Leistungsniveaus gemeinsam in einer Gruppe trainieren können. Dies liegt u. a. an den Bedienmöglichkeiten des Bikes, wodurch individuelle Widerstandseinstellungen möglich sind. In der Regel gibt die Kursleitung für die unterschiedlichen Stundenabschnitte einen Pulsbereich vor, der von den Teilnehmern erreicht werden soll.

Dabei ist auch der Puls der Musik relevant, denn an den sogenannten Schlägen pro Minute orientiert sich die Trittfrequenz, also die Umdrehungen der Pedale pro Minute. Mit Trittfrequenzen zwischen 80 und 100 U/Min. wird das Fahren in der flachen Ebene simuliert, während mit höheren Trittfrequenzen zu einer

Sprintfahrt eingeladen werden kann. Positionen im Sitzen oder Stehen sowie unterschiedliche Handpositionen bringen weitere Abwechslung. Die Fahrtechniken können je nach Zielsetzung unterschiedlich kombiniert werden. So entstehen immer wieder andere Streckenprofile, die mit der passenden Musik auch unter verschiedene Stundenmottos, z. B. «Summer Party» oder »Mental Cycling« gestellt werden können. ■



«Kursleiter/in Indoor Cycling» der BSA-Akademie

Der BSA-Lehrgang «Kursleiter/in Indoor Cycling» qualifiziert die Teilnehmenden, selbstständig gesundheitsorientiertes Indoor Cycling als Gruppentrainingsangebot zu planen und unter Berücksichtigung der organisatorischen, räumlichen sowie gerätespezifischen Gegebenheiten der jeweiligen Einrichtung zu unterrichten.

www.bsa-akademie.de/klic

Literaturliste

AOK-Bundesverband GbR. (2021). Spinning: 7 gute Gründe fürs Indoor-Cycling. Zugriff am 20.03.2024. Verfügbar unter <https://www.aok.de/pk/magazin/sport/workout/spinning-7-gruende-fuers-indoor-cycling/>

Chavarrias, M., Carlos-Vivas, J., Collado-Mateo, D. & Pérez-Gómez, J. (2019). Health Benefits of Indoor Cycling: A Systematic Review. *Medicina (Kaunas, Lithuania)*, 55 (8), 452–466.



SOLEDOR®

Was wird analysiert?

- Stoffwechseltyp
- Sport-Typ
- Tendenz zum Muskelmasseverlust
- Tendenz zum Jojo-Effekt
- Hungergefühl
- Sättigungsgefühl
- Viszerales Fettgewebe

Bedarf an Vitaminen, Antioxidantien und Omega 3



- Unverträglichkeit von Laktose und Gluten
- Abbaukapazität von Alkohol und Koffein
- Regenerationsfähigkeit



MetaCheck

Gen-Diät Complete

Optimieren Sie Ihre
Beratung

SOLEDOR®

Grünenstrasse 19
CH-4416 Bubendorf
T: +41 (0) 61 926 87 77
info@soledor.ch



Yvonne Albers – Dozentin auf Augenhöhe

Wenn «sogar» BWL begeistert

Wir trafen Yvonne Albers am DHfPG Studienstandort Zürich zum Gespräch. Die erfahrene Dozentin unterrichtet seit Jahren sowohl an den DHfPG-Studienstandorten in Deutschland als auch am Standort Zürich und kennt mögliche «Stolpersteine» ihrer Studierenden aus eigener Erfahrung.

FITNESS TRIBUNE: Du bist seit mehr als 20 Jahren DHfPG-Dozentin, weil ...

Yvonne Albers: ...ich erst mein Hobby zum Beruf gemacht habe und nun mein Beruf gleichzeitig auch meine Berufung ist. Das sind zwar «alte Sprüche», aber sie treffen in meinem Fall den Nagel absolut auf den Kopf.

Wie bist du dazu gekommen, Dozentin zu werden?

In meiner eigenen Studienzeit habe ich bereits als Trainerin und Group-Fitness-Instruktorin in verschiedenen Fitnessstudios gearbeitet. Vor einer Gruppe zu stehen und mit Menschen zu arbeiten hat mir sofort gelegen und Spass gemacht. Aufgrund meiner Ausbildungen sowohl im Fitness- als auch im betriebswirtschaftlichen Bereich war der Schritt zur Dozentin irgendwie vorbestimmt.

Welche Qualifikationen und Erfahrungen bringst du mit?

Ich bin Diplom-Kauffrau und Fitnessfachwirtin (IHK), ausserdem habe ich verschiedene Aus- und Fortbildungen im Bereich Gruppenfitness und Ernährung.

Was hast du studiert und welche Fachgebiete unterrichtest du?

In meinem Studium habe ich die Schwerpunkte auf Marketing,

Personal sowie Rechnungswesen gelegt. Entsprechend viele verschiedene Fächer unterrichtete ich. Hinzu kommen wissenschaftliches Arbeiten und Statistik.

Was begeistert dich am meisten an deiner Dozententätigkeit?

Die Kombination der Themen «Fitness» und «Betriebswirtschaft». Ich bin nicht gerade die «klassische» BWLerin, aber durch die Verbindung mit meiner Leidenschaft Fitness macht auch die BWL richtig Spass. Ausserdem ist der persönliche Austausch mit den Studierenden in unseren kleinen Lerngruppen für mich immer wieder bereichernd. Und wenn ich dann auch noch merke, dass BWL anfängt, auch den Studierenden Spass zu machen, obwohl sie von ihrem grundlegenden Interesse meist eher aus der Fitnessrichtung kommen, dann ist das so richtig motivierend.

Welche Lehrmethoden bevorzugst du? Wie gestaltest du deine Vorlesungen?

Ich begegne den Studierenden grundsätzlich immer auf Augenhöhe und setze auf Interaktion. Ich versuche, möglichst viele Diskussionen anzuregen und zum Nachdenken zu animieren. So gestaltet sich der Unterricht immer in der Zusammenarbeit mit den Studierenden.

Wie förderst du die Interaktion und die Beteiligung der Studierenden im Unterricht?

Das Wichtigste ist meiner Meinung nach die Herstellung eines direkten Bezugs zwischen den Themen im Unterricht und dem Berufsalltag der Studierenden. So ist der Nutzen der Unterrichtsinhalte direkt zu erkennen und das fördert die Beteiligung der Studierenden.

Wie gehst du mit unterschiedlichen Lernbedürfnissen und Fähigkeiten der Studierenden um?

Das ist eine Herausforderung, aber eine, die meinen Job ausmacht. Durch die im Vergleich zu einer klassischen Uni sehr kleinen Lerngruppen sowie aufgrund des gut strukturierten Konzepts von einem gezielten Wechsel zwischen klassischem Unterricht, Gruppenarbeiten und gemeinsamen Diskussionen gelingt dies meist sehr gut.

Wie unterstützt du Studierende, die Schwierigkeiten haben?

Mir selbst ist das BWL-Studium nicht leichtgefallen. Die meisten meiner Kommilitonen in Deutschland hatten bereits ein Wirtschafts-Abi und einen Bezug zu dem Thema. Ich komme von einem sprachenorientierten Abitur und hatte vor meinem Studium überhaupt keinen Berührungspunkt mit betriebswirtschaftlichen Themen. Daher verstehe ich sehr häufig, worin Verständnisschwierigkeiten der Studierenden bei bestimmten Themen liegen, weil ich diese selbst hatte.

Welche Herausforderungen siehst du für dual Studierende, insbesondere in Bezug auf die Balance zwischen Arbeit und Studium?

Man muss sich organisieren können. Durch das Fernstudium ist man sehr flexibel und hat bei der Lerngestaltung viel Freiheit. Das ist natürlich erst einmal super, aber man muss auch lernen, mit dieser «Freiheit» umzugehen. Natürlich ist es eine Herausforderung, gleichzeitig zu studieren und zu arbeiten. Am Ende trifft dies aber auch auf die meisten Studierenden an einer klassischen Uni zu. Die meisten müssen irgendwie zumindest teilweise mit einem Job ihren Lebensunterhalt finanzieren. Der Vorteil des dualen Studiums ist, dass die Arbeit direkt mit den Studieninhalten zu tun hat und man somit auch automatisch durch die Arbeit für das Studium lernt.

Gibt es Trends im Bereich des dualen Studiums, die deiner Meinung nach an Bedeutung gewinnen werden?

Wie in den meisten anderen Branchen auch, ist natürlich die Digitalisierung auch im Studium der Megatrend. Digitale Formate, Virtual Reality und KI werden auch diesen Bereich massiv beeinflussen. Da werden sich neue Möglichkeiten ergeben, die wir zum heutigen Zeitpunkt uns wahrscheinlich noch gar nicht in vollem Ausmass vorstellen können. Aber richtig genutzt werden wir daraus viele positive Weiterentwicklungen erleben.

Welche Vor- und Nachteile siehst du in der zunehmenden Digitalisierung der Lehre?

Positiv sehe ich zunächst einmal die grössere Flexibilität. In Absprache mit dem Ausbildungsbetrieb können die Lehrver-

anstaltungen auch als Live-Stream-Präsenzphasen digital absolviert werden, wodurch ein ortsunabhängiges Studium möglich ist. Allerdings geht es bei den Lehrveranstaltungen vor Ort bei Weitem nicht nur um das Lernen fachlicher Inhalte. Durch den Kontakt zu den Kommilitonen vor Ort baut man sich auch ein Netzwerk auf, das im späteren Berufsleben von Bedeutung sein kann. Darüber hinaus bieten die hochmodernen digitalen Materialien auch eine weitergehende Möglichkeit sich Fachwissen anzueignen. ■



Über die Interviewpartnerin:

Yvonne Albers arbeitet seit über 20 Jahren in der Fitnessbranche und ist an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) Dozentin. Sie referiert auch beim diesjährigen FIBO Congress am Samstag, 13. April zu «Kundenzufriedenheitsanalysen effektiv gestalten».



Die DHfPG in drei Worten?

Studierendenorientiert, innovativ, kompetent

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

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



TEILNEHMEN UND GEWINNEN!

«**OUTLIVE**»

Wie wir länger und besser leben können, als wir denken

Länger leben. Seit jeher begleitet dieser Wunsch die Menschheit. Schon seit langem beschäftigt sich auch die Wissenschaft mit diesem Thema. Dr. Peter Attia setzt an dieser Schnittstelle von Wissenschaft und praktischer Lebensführung an und präsentiert in seinem Nummer-eins-Bestseller der New York Times die Geheimnisse der Langlebigkeit. Er motiviert, gesundheitliche Eigenverantwortung zu übernehmen.

Die Antwort auf die Frage «Wie können wir länger und besser leben, als wir denken?» fällt etwas länger aus – 640 Seiten. Die Bibel der Langlebigkeit umfasst davon 57 Seiten Bibliografie.

Das Buch reiht sich mit seiner klaren Botschaft und seinem fundierten Ansatz in die Liste der wichtigsten Standardwerke zum Thema Gesundheit und Langlebigkeit ein.

Dr. Peter Attia schildert gemeinsam mit dem Journalisten Bill Gifford die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse. Mit Fachbegriffen wie Atherosklerose (krankhafte Arterienverkalkung), Sarkopenie (altersbedingten Verlust von Muskelmasse, -kraft und -leistung) und Autophagie («Selbstfressen» der Zellen) müssen die Leserinnen und Leser leben. Trotz den Fachbegriffen wendet sich das Buch an ein breites Publikum und motiviert dazu, gesundheitliche Eigenverantwortung zu übernehmen.

Besonders hervorstechend an «OUTLIVE» ist sein umfassender Ansatz, der Ernährung, Bewegung, Schlaf und psychische Gesundheit umfasst. Die Nummer eins der Bestsellerliste der New York Times, deren Originaltitel «Outlive: The Science and Art of Longevity» lautet, schaffte nach Erscheinung der deutschen Übersetzung auch hier den Sprung auf die SPIEGEL-Bestsellerliste.

Die Botschaft des Buches, dass es nie zu früh ist, mit Prävention zu beginnen, und dass Gesundheit in unseren eigenen Händen liegt, hat offensichtlich ein breites Publikum erreicht und inspiriert. Wollen auch Sie wissen, wie Sie gesund und älter werden? Dann lesen Sie jetzt «OUTLIVE» von Dr. Peter Attia!

Nehmen Sie jetzt an unserer Leserumfrage teil und gewinnen Sie das Buch «OUTLIVE» von Dr. Peter Attia!

Dr. Peter Attia | OUTLIVE – Wie wir länger und besser leben können, als wir denken | Ullstein Paperback, 2024 | ISBN 978-3-86493-270-0

IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG!

Wie hat Ihnen unsere neue Ausgabe der FT gefallen? Nehmen Sie bis zum 1. Juni 2024 an unserer Leserumfrage teil und gewinnen Sie das Buch «**OUTLIVE**» von Dr. Peter Attia! Scannen Sie einfach den QR-Code oder nutzen Sie folgenden Link:

bit.ly/umfrage_ft_208

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



NETFLIX

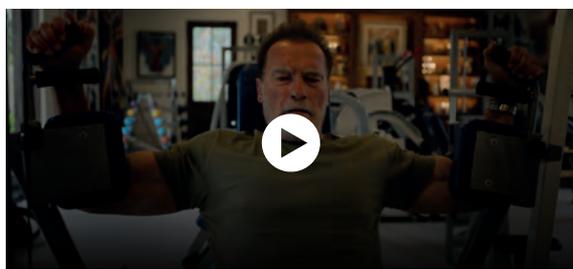
ARNOLD

2023 | Miniserie

Diese faszinierende dreiteilige Dokumentarreihe beleuchtet auf eindrucksvolle Weise den beeindruckenden Lebensweg Arnold Schwarzeneggers, der von seiner bescheidenen Kindheit in Österreich bis hin zur Verwirklichung des amerikanischen Traums führte. Durch offene und aufrichtige Interviews gewähren nicht nur Schwarzenegger selbst, sondern auch seine Freunde, Gegner, Kollegen im Kraftsport und aufmerksame Beobachter tiefe Einblicke in sämtliche Facetten seines Lebens. Die Erzählung erstreckt sich dabei von seinen Anfängen als Bodybuilder über seine triumphalen Erfolge in Hollywood bis hin zu seiner Zeit als Gouverneur von Kalifornien und den turbulenten Episoden seines Familienlebens.

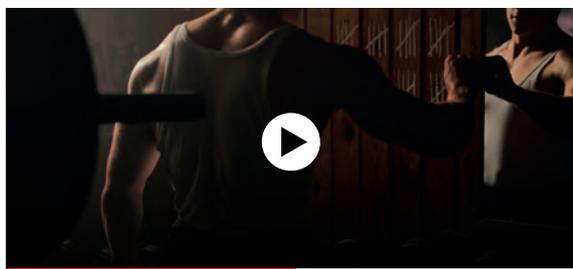
STREAM NOW 

ALL EPISODES



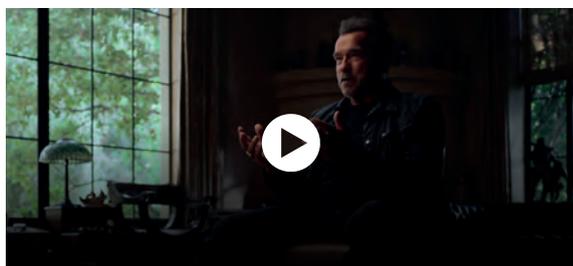
Athlet

Schwarzenegger reflektiert über seine Kindheit im Österreich der Nachkriegszeit, seinen raschen Aufstieg in der Bodybuilding-Welt und sein Streben nach dem amerikanischen Traum.



Akteur

Wenn es jemanden gibt, der weiss, wie man in schwierigen Situationen das Beste daraus macht, dann ist es Arnold. Schwarzenegger denkt über seinen Weg zum Erfolg in Hollywood, seine Rollen, seine Konkurrenten und die Liebe nach.



Amerikaner

Trotz des medialen Trubels, zahlreicher Skandale und einer Ehekrise setzte sich Schwarzenegger in seinen intensiven acht Jahren als Gouverneur von Kalifornien für politische Reformen ein.

Diese Dokumentarreihe zollt nicht nur Respekt und Bewunderung für Schwarzeneggers einzigartige Persönlichkeit, sondern feiert auch seine aussergewöhnlichen Erfolge, die ein inspirierendes Beispiel für den American Dream darstellen. Tauchen Sie ein in die Welt dieses Ausnahmekünstlers und politischen Wegbereiters, um eine tiefgreifende Perspektive auf sein Leben und seine Errungenschaften zu erhalten.

Diese grossartige Dokumentarreihe können Sie auf Netflix anschauen.



Ragazzi, come vola il tempo quando ci si diverte!

Questa citazione, leggermente modificata, tratta da uno dei film giovanili più popolari degli anni duemila, probabilmente centra il punto: in palestra quante volte si dimentica del tempo che passa tra bench press (panca piana) e hip thrust (spinta dell'anca)? Ci si sente come da bambini, quando si passavano ore e ore tra lo scivolo e le altalene. Purtroppo, però, i bambini trascorrono sempre meno tempo correndo e scatenandosi. Il risultato è che il numero di bambini in sovrappeso o obesi è in aumento e anche i disturbi psichici sono in crescita.

Gli operatori dei centri fitness possono offrire una soluzione a questo problema e conquistare un nuovo gruppo mirato: i bambini. Da pagina 24, abbiamo riassunto qual è lo stato di salute dei bambini e quali sono le cause di questa evoluzione negativa - compresa una breve intervista a Kathi Fleig, che nei suoi centri David Gym punta con cognizione di causa sulle offerte destinate ai bambini. Pure l'articolo specialistico di Cornelia Müller, da pagina 90, presenta interessanti indicazioni sul target dei bambini.

Anche Martina Winkler della Merkur Gym Graz ha scoperto questo gruppo mirato. Con questa palestra, Merkur Versicherung, la seconda compagnia di assicurazione sanitaria in Austria, sta investendo attivamente nel nostro settore del futuro. Potete leggere da pagina 40 quali sono i vantaggi e le sfide che comporta l'indiscutibile «Mecca dei servizi aggiuntivi».

Stephan Schneider, ipovedente, non offre servizi aggiuntivi, bensì un programma di allenamento personale molto speciale. Solo attraverso il contatto manuale mirato è in grado di riconoscere per esempio la necessità di correggere i movimenti o gli sforzi muscolari. Potete scoprire cosa pensano i suoi clienti di questo «toccante allenamento» e come ha imparato a farlo da solo da pagina 12.

Anche lo showroom gym80 di Zurigo è all'insegna del personale e dell'individuale. Hanspeter Rubner vi ha creato un'es-

posizione di attrezzi che combinano praticità, individualità e design. Abbiamo parlato con lui dei numerosi vantaggi di uno showroom, del ritorno alla FIBO e dell'evento «Kraft trifft Kunst» (La forza incontra l'arte).

Anche da Jungle Gym a Tulum si respira un'atmosfera quasi artistica. Questa piccola palestra situata direttamente sulla spiaggia della costa caraibica dello Yucatán è stata scoperta da tempo e letteralmente invasa da influencer di tutto il mondo. Ma cosa rende la Jungle Gym così «instagrammabile» mentre il suo successo offre potenziale ispirazione ai centri locali? Ne abbiamo parlato con il personal coach Marco Hirsinger, che si è già allenato in questo «posto giusto» (da pag. 50).

Gli studi sui dati chiave relativi a Svizzera, Germania e Austria non presentano il cosiddetto «posto giusto», ma rispondono alla domanda su come i settori si sono sviluppati nell'ultimo anno e se nel lungo periodo si riprenderanno davvero dalla crisi provocata dalla pandemia. Mentre lo studio sui dati chiave tedeschi è già stato presentato il 20 marzo, i sondaggi relativi alla Svizzera e all'Austria sono attualmente in fase di valutazione - per saperne di più, consultare le pagine 30, 46 e 60.

Infine, come sempre, la redazione della FITNESS TRIBUNE consiglia vivamente di leggere gli articoli specialistici di questo numero. L'articolo di Robert Winzenried parla dell'alimentazione per gli atleti di livello agonistico mentre Fabian Graf spiega come i centri fitness possano risparmiare energia.

Dopo aver letto questo numero, penserete certamente: ragazzi, come vola il tempo quando ci si diverte!

Ci vediamo alla FIBO.

Buona lettura

FITNESS TRIBUNE



Que le temps passe vite quand on s'amuse !

Cette expression commune est fort à propos : il faut bien reconnaître que l'on perd souvent la notion du temps à la salle, entre le développé couché et les hip thrusts. On retombe en enfance, pour ainsi dire, à l'époque où l'on pouvait faire du toboggan et de la balançoire des heures durant. Hélas, les enfants passent de moins en moins de temps à courir et à se défouler. Résultat : le nombre de jeunes en surpoids ou obèses augmente et les maladies mentales se multiplient.

Les exploitants de centres de fitness peuvent proposer des solutions à ce problème, et ainsi conquérir un nouveau groupe cible. À partir de la page 24, nous vous parlons donc de la santé des enfants et des causes de cette tendance malheureuse. Vous trouverez notamment un court entretien avec Kathi Fleig, qui mise sur des offres à destination des enfants dans ses centres David Gym. L'article scientifique de Cornelia Müller, à partir de la page 90, apporte des idées passionnantes ciblant spécifiquement les enfants.

Martina Winkler, de Merkur Gym Graz, a justement testé cette approche. Grâce à son studio, la deuxième plus grande assurance maladie d'Autriche, Merkur Versicherung, investit activement dans notre secteur d'avenir ! Page 40, vous découvrirez les avantages et les enjeux de cette « Mecque incontestée des prestations complémentaires ».

Rien de tout ça, en revanche, chez Stephan Schneider, mais un entraînement personnel très particulier. Malvoyant, il détecte les corrections des mouvements requises et les efforts musculaires par un toucher extrêmement précis. Que pense sa clientèle de son « entraînement tactile » ? D'où tient-il son savoir-faire ? On vous explique tout à partir de la page 12.

Le showroom gym80, à Zurich, met en valeur la dimension personnelle et individuelle de l'entraînement. Hanspeter Rubner y organise une exposition d'appareils mêlant efficacité, personnalisation et design. Nous avons évoqué avec lui les

multiples avantages d'un showroom, son retour au FIBO et l'évènement « Kraft trifft Kunst » (La force rencontre l'art).

Le Jungle Gym de Tulum a lui aussi un côté artistique. Ce petit centre au bord de la plage qui longe la côte caribéenne du Yucatán est depuis longtemps littéralement envahi par des influenceurs du monde entier. Qu'est-ce qui le rend si « instagrammable » ? En quoi sa réussite peut-elle inspirer nos propres centres ? Nous en avons discuté avec Marco Hirsiger, un coach personnel qui a déjà eu l'occasion de s'y entraîner (p. 50 et suivantes).

Les données clés suisses, allemandes et autrichiennes ne révèlent certes aucune destination pour influenceurs, mais elles montrent clairement la dynamique des différents secteurs enregistrée l'année passée, et si elles vont effectivement redresser durablement la barre après la pandémie. Si les données clés allemandes ont déjà été présentées le 20 mars, les enquêtes suisse et autrichienne sont en cours d'analyse. Pour en apprendre davantage, rendez-vous aux pages 30, 46 et 60.

Enfin, la rédaction de FITNESS TRIBUNE vous recommande vivement, comme à l'accoutumée, la lecture des articles scientifiques de ce numéro. Cette fois-ci, Robert Winzenried vous explique tout sur l'alimentation des sportifs de haut niveau, et Fabian Graf vous donne quelques astuces pour que votre centre de fitness réalise des économies d'énergie.

Pour nous, il ne fait aucun doute qu'une fois finie votre lecture, vous vous direz : que le temps passe vite quand on s'amuse !

Au plaisir de vous voir au FIBO !

En vous souhaitant une agréable lecture,

Votre FITNESS TRIBUNE

INSERENTENVERZEICHNIS	
ACISO	17
best4health	31
BESTWIPES/RKS	95
DHfPG	59
Echino SA	63
EGYM	2
FIBO/ RX Deutschland GmbH	27
Fimex	108
Fit Interiors	85
gym80	55
HWS Huber Widemann Schule	39
jobfitness	77
Matrix	1, 18-19, 67
milon	45
Morgenroth	3
Neogate	4
Qualitop	107
SAFS	9, 81, 93, 105
sidea	47
Soledor	97
Starpool	106
Wanzl	65

SCHULEN & BILDUNGSINSTITUTIONEN

 www.safs.com	 www.dhfgg.de
 www.fitspro.com	 www.hws.ch
 www.star-education.ch	 www.swisspraevensana.ch
 www.update-akademie.ch	

VERBÄNDE

 www.swissactive.ch	 www.sfgv.ch
 www.sptv.ch	 www.bildungsorganisationen.ch

INFORMATIONEN ZU...

  www.qualitop.ch	  www.qualicert.ch
  www.sfgv.ch	

Du liebst Gruppenfitness?

Mach was draus!



**JETZT
STARTEN**

safs.com

Infos &
Anmeldung





Verlags- und Anzeigenadresse:

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

Verwaltungsrat:
 Remo Andrighetto, René Stoss

Textredaktion und Administration:
 Fitness-Experte AG

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

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

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

Druckerei:
 Prospektus Nyomda, Ungarn

© 1988-2024 für Beiträge von Fitness-Experte AG

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

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

Durch Annahme von Manuskripten und Fotomaterial erwirbt der Verlag exklusiv alle Rechte. Höhere Gewalt entbindet den Verlag von der 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 2024			
Ausgabe:	Einsendeschluss für Redaktion:	Einsendeschluss für Anzeigen:	Erscheinungsdatum:
Nr. 209, Juni/Juli	01.05.2024	15.05.2024	3. Juniwoche 2024
Nr. 210, August/September	03.07.2024	17.07.2024	3. Augustwoche 2024
Nr. 211, Oktober/November	04.09.2024	18.09.2024	3. Oktoberwoche 2024

Anzeige

IHR PARTNER FÜR SPA UND WELLNESS



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

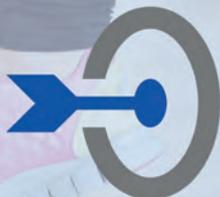
qualitop

WIR GARANTIEREN QUALITÄT

QUALITÄTSLABEL FÜR FITNESS- & GESUNDHEITSFÖRDERUNG



WIRKSAMES
TRAINING



SICHERES
TRAINING



GEPRÜFTER ANBIETER



KRANKENKASSEN
ANERKANNT

Informationen & Anmeldung

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



Biostrength™

Schneller bessere Resultate.

AKTIVIERUNG UND MOTIVATION

Biofeedback und KI für Anleitung in Echtzeit



NEUROMUSKULÄRE STIMULATION

Erhöhte neuromuskuläre Aktivität



BIODRIVE SYSTEM

PATENTED

PERSONALISIERTE ROM

Korrekte ROM und Geschwindigkeit



OPTIMALE BELASTUNG

Maximale Muskelkontraktion



KORREKTE KÖRPERHALTUNG

Automatische Einstellung der Sitzposition



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

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

Entdecken Sie mehr auf technogym.com/FitnessTribune

TECHNOGYM®