

# FREIHEIT NEU DEFINIERT.

**pump** by milon

ERLEBE  
PUMP BY MILON  
AUF DER FIBO  
HALLE 7  
STAND A50

pump by milon ermöglicht den optimalen Muskelreiz genau dort, wo Kraft entsteht – ganz ohne Vorgaben.

- » **Echtes Krafttraining** statt Entertainment
- » **Technologie**, die unterstützt – nicht bestimmt
- » **Dynamische Widerstandsanpassung** über die gesamte ROM
- » **Optimale Biomechanik** für jede Körpergröße
- » **Mehr Motivation** durch ehrliches Feedback



**JETZT TERMIN  
VEREINBAREN & GRATIS  
FIBO-TICKET SICHERN!**

FITNESS TRIBUNE

38. Jahrgang, Ausgabe 1, Nr. 219, Februar / März 2026

Fachmagazin für Fitness, Wellness & Gesundheit

# FITNESS TRIBUNE

Nr. 219

Februar / März 2026

## 18 BARRY'S ZÜRICH

Rotes Licht, harte Beats,  
starke Community

## 24 FREESKIER FABIAN BÖSCH

Slopestyle- und Big-Air-  
Weltmeister im Gespräch

## 48 BUZZ FITNESS WIEN

Nicht für jeden –  
aber für jeden etwas

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

DEUTSCHLAND € 10.- | ÖSTERREICH € 10.- | SCHWEIZ CHF 10.-

KING OF MACHINES

## MADE IN GERMANY. GEBAUT FÜR DIE WELT.



**gym80**



ONYX

AN EXPERIENCE FOR THE SENSES



MATRIX

📱 | matrixfitness.eu

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



SOLEDOR®



Bedarf an Vitaminen,  
Antioxidantien und Omega 3



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

Was wird analysiert?

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



MetaCheck  
Gen-Diät Complete  
Individuelle Ernährungs- und Trainingspläne auf Basis Deiner Gene



Für mehr Infos frag Deinen Coach, Trainer oder Ernährungsberater.



# SEIT GENERATIONEN FÜR GENERATIONEN



Liebe Entscheiderinnen und Entscheider der Fitnessbranche,

was in den 70er-Jahren in einer Nische begann, hat sich längst zu einem festen Bestandteil unserer Gesellschaft entwickelt. Seit Generationen begleiten wir Menschen verschiedener Generationen auf ihrem Weg zu mehr Gesundheit und Lebensqualität.

Ob Babyboomer, Gen X, Y, Z oder nun Alpha – jede Generation bringt ihre eigenen Werte, Bedürfnisse und Gewohnheiten mit. Unsere Trainingsflächen sind ein perfekter Spiegel für diese Individualität. Aber was uns bei allen Unterschieden verbindet, ist der Wunsch nach Gesundheit, Sinn und Gemeinschaft.

Nie zuvor waren die Altersgruppen in unseren Studios so vielfältig wie heute. Die Älteren trainieren für Vitalität, Mobilität und Lebensqualität. Die Jüngeren suchen Ausgleich, Challenge und Community. Dazwischen liegt ein breites Spektrum, das täglich zeigt: Fitness ist zu einem generationenübergreifenden Bindeglied geworden.

Die Herausforderung dabei? Unterschiedliche Erwartungen unter einen Hut zu bringen – egal, ob bei den Kunden, im Team oder mit Blick auf die Unternehmensnachfolge. Unser Ziel muss sein, Brücken zu bauen, statt Schubladen zu bedienen.

Was macht ein Fitnesskonzept heute erfolgreich? Neben Betreuung- und Trainingsqualität geht es um Erlebnis, Emotion und Gemeinschaft. Unternehmerin Julia Röthlisberger bringt mit Barry's dieses Zusammenspiel von Marke und Community nach Zürich (ab S. XY).

Buzz Fitness in Wien steht für Körperbewusstsein und Gesundheit – eingebettet in eine Umgebung, die Training und Komfort verbindet. Das Angebot folgt einer visionären und klaren Handschrift. Geschäftsführerin Mira Knopf und Inhaber Alexander Knopf sprechen ab Seite XY über ihr in Österreich einzigartiges Konzept.

Freeskiing lebt von spektakulären Sprüngen, scheinbarer Leichtigkeit und Momenten, die mühelos wirken. Doch hinter diesen

Bildern steckt weit mehr als Talent oder Mut. Es sind Struktur, Disziplin und ein tiefes Verständnis für den eigenen Körper, die eine solche Höchstleistung erst ermöglichen. Ab Seite XY gibt Fabian Bösch, Weltmeister im Slopestyle und Big Air, Einblicke in sein Training und die Vorbereitung auf die Olympischen Spiele 2026 in Mailand und Cortina d'Ampezzo.

Die Generationen Z und Alpha verändern den Arbeitsmarkt und das Konsumverhalten grundlegend. Im Interview zeigt Generationenforscher Yannick Blättler, warum Fitnessunternehmen diesen Wandel nicht fürchten müssen – sondern ihn strategisch für Wachstum und Arbeitgeberattraktivität nutzen können (ab S. XY).

Wie ein Übergang zwischen den Generationen gelingen kann, zeigen Renzo und Nico Kressig im Gespräch ab Seite XY. Vater und Sohn sprechen über ihre persönliche Herangehensweise an die Unternehmensnachfolge, die Balance zwischen Bewährtem und Neuem und die gemeinsame Vision für die Zukunft ihres Unternehmens.

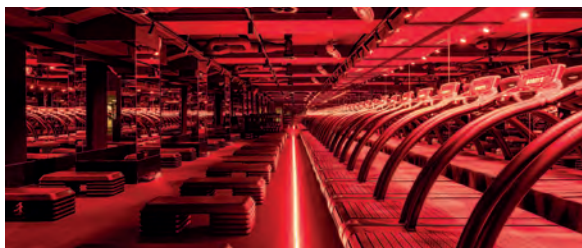
Natürlich dürfen Sie sich auch in dieser Ausgabe auf informative Fachartikel freuen: Kathrin Buff befasst sich mit dem zyklusgerechten Training für Frauen (ab S. XY) und Solana Dietrich beleuchtet ab Seite XY das Thema Biohacking. Ausserdem analysieren Florian Schmidt und Alexander Küstner, wie Fitnesscenter Performance Members begeistern können (ab S. XY).

Unsere Branche hat ein grosses Privileg: Sie bringt Menschen zusammen, die im Alltag oftmals wenig Berührungspunkte haben. Doch auf der Trainingsfläche zählt nicht das Geburtsjahr, sondern das gemeinsame Ziel. Hier begegnen sich Generationen auf Augenhöhe – nicht gegeneinander, sondern miteinander. Und genau das macht uns so besonders.

In diesem Sinne viel Spass beim Lesen.

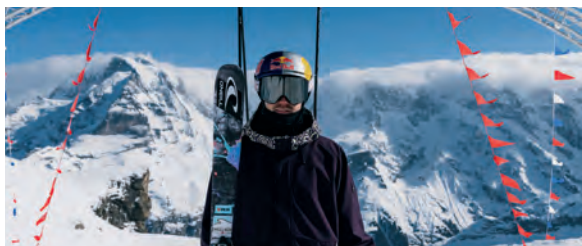
Herzlichst  
Ihre Yvonne Albers  
Chefredakteurin, FITNESS TRIBUNE

# HIGHLIGHTS DIESER AUSGABE



Erstes BARRY'S Studio in der Schweiz erobert Zürich

18



Fabian Bösch: Am Ende entscheidet nicht der Mut, sondern die Kontrolle

24



Eckdaten Schweiz:  
Neue Umfrage ist gestartet

38

Anzeige

## neogate

Zutrittskontrolle

Bezahlungssysteme

Schrankschlösser

RFID-Datenträger



Ihr Digitalisierungspartner

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

+ - Vertretung von

gantner 

# INHALTSVERZEICHNIS

## TITELSTORY

gym80: Mehr Raum für Stärke ..... 6

## SCHWEIZ

Les Mills: Gen Z vom eigenen Fitnesscenter überzeugen ..... 8  
Weiterbildung in der Branche: SAFS-Absolvent im Interview ..... 12  
Mountain Move: Das exklusive Branchenerlebnis ..... 14  
Dual studieren in der Schweiz ..... 16  
BARRY'S Zürich: Rotes Licht, harte Beats, starke Community ..... 18  
Fabian Bösch: Slopestyle- und Big-Air-Weltmeister ..... 24  
Yannick Blättler: Übersetzer zwischen den Generationen ..... 30  
Renzo und Nico Kressig: Unternehmensnachfolge ..... 34  
Eckdaten Schweiz ..... 38  
swiss active News ..... 40  
Swiss News ..... 42

## ÖSTERREICH

BUZZ Fitness Wien: Nicht für jeden – aber für jeden etwas ..... 48  
Austria News ..... 54

## INTERNATIONAL

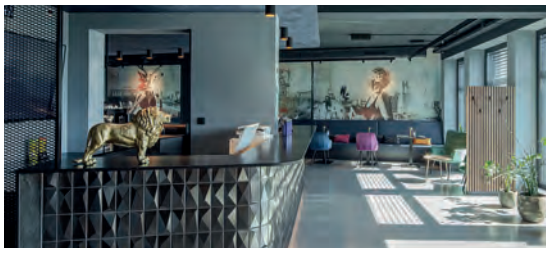
FIBO Congress: Ein Branchenhighlight ..... 56  
#BEACTIVE DAY 2025: Abschlussveranstaltung in Brüssel ..... 58  
International News ..... 60

## KOLUMNE

René Stoss ..... 62  
Eric-Pi Zürcher ..... 64  
Edy Paul ..... 66  
Jürg Hösli ..... 68

## KNOW-HOW

Biohacking in Fitnesscentern – mehr Energie, weniger Zufall? ..... 70  
Zyklusgerechtes Training für Frauen ..... 74  
Wie Fitnesscenter Performance Members begeistern ..... 78  
Health News ..... 82  
Education News ..... 84  
Media News ..... 85



BUZZ Fitness Wien:  
innovativ, einzigartig, zeitgemäss **48**



Yannick Blättler: Verständnis  
schafft bessere Entscheidungen **30**



FIBO Congress:  
Jetzt Tickets sichern **56**

### IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG!

Nehmen Sie bis zum 24. März 2026 an unserer Leserumfrage teil und gewinnen Sie das Buch **«Future Ready People & Culture: HR als Treiber der Digitalisierung»** von Dominique René Fara (mehr zum Buch auf S. 85)!  
Einfach QR-Code scannen oder Link nutzen:  
**bit.ly/umfrage\_ft\_219**



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



Neue Massstäbe

# DER AUSBAU VON GYM80 – MEHR RAUM FÜR STÄRKE

**gym80 erweitert seinen Standort in Gelsenkirchen auf 60.000 Quadratmeter und setzt mit innovativen Fitnessmaschinen „Made in Germany“ neue Massstäbe. Modernste Technik, Nachhaltigkeit und eine gezielte Ausbildungsoffensive sichern die Zukunft und stärken die globale Marktposition.**

In Gelsenkirchen wächst derzeit der Standort von gym80 – und mit ihm entstehen neue Möglichkeiten für Produktion, Logistik, Mitarbeiter und Kunden. Dieser Ausbau ist weit mehr als eine Flächenerweiterung: Er ist ein eindeutiges Bekenntnis zur Zukunftsfähigkeit, zu Innovation und zu dem Anspruch, die weltweite Fitnessindustrie mit Premiumqualität „Made in Germany“ zu versorgen.

## Über 60.000 Quadratmeter voller Innovation

Mit dem Ausbau wächst die Gesamtfläche von gym80 auf über 60.000 Quadratmeter. Hier entstehen Maschinen, die für ihre Robustheit, Ergonomie und Langlebigkeit bekannt sind. Vom präzisen Gewichtsstapel über individuelle Polsterungen bis zu Sonderanfertigungen: Jede Maschine wird in Gelsenkirchen gefertigt – mit modernster Technik und handwerklichem Können. Biomechanische Prüfungen, kreative Lösungen und

jahrzehntelange Erfahrung garantieren, dass gym80 den hohen Ansprüchen seiner Kunden gerecht wird.

Die Produktserien Sygnum, PURE KRAFT, 80ATHLETICS und MED80 profitieren direkt von den neuen Flächen. Kürzere Lieferzeiten, mehr Flexibilität in der Anpassung und eine höhere Produktionskapazität werden gewährleistet.

## Hightech trifft Handwerk

Im Team KING OF MACHINES arbeiten bereits über 300 Mitarbeiter im Headquarter in Gelsenkirchen – verteilt auf rund 30 verschiedene Berufsfelder aus über 26 Nationen. Das Unternehmen setzt auf eine Verbindung von automatisierter Präzision und handwerklichem Feinschliff. Modernste Anlagen sorgen für Effizienz und höchste Genauigkeit. Gleichzeitig bleibt die manuelle Fertigung essenziell für den letzten Schliff

und die perfekte Haptik. Erst im September wurde eine neue Laseranlage geliefert – ein weiterer Schritt in die technologische Zukunft. Doch gym80 investiert nicht nur in Technologie, sondern auch in Menschen: Mitarbeiter und Auszubildende stehen im Mittelpunkt.

### Nachhaltigkeit als Grundprinzip

Trotz der Expansion verliert gym80 das Thema Nachhaltigkeit nicht aus den Augen. Digitale Prozesse optimieren die Nutzung der Materialien. Pulverreste aus der Pulverbeschichtung werden über eine Rückführungsanlage erneut genutzt. Unvermeidbare Reste werden recycelt, Lieferwege werden verkürzt, und lokale Lieferanten bevorzugt.

Ein weiterer Bestandteil ist das Refurbishment von Altgeräten. Kunden können ihre Maschinen generalüberholen lassen und ihnen ein zweites Leben geben – ressourcenschonend und wirtschaftlich zugleich.

### Globale Präsenz aus dem Ruhrgebiet

Von Gelsenkirchen aus beliefert gym80 weltweit führende Fitnessketten und Flagship-Studios. Über 70 Länder werden mit Maschinen aus Deutschland versorgt – darunter Märkte in Europa, Nordamerika, Südkorea, Australien und der Golfregion.

Die Logistik spielt eine Schlüsselrolle: Mit dem Ausbau wurden die Lagerhallen modernisiert, neue Laderampen geschaffen und die Lagertechnik auf den neuesten Stand gebracht. Ziel ist es, Geräte schneller, flexibler und zuverlässiger weltweit zu liefern. So stellt gym80 sicher, dass jede Bestellung in höchster Qualität beim Kunden ankommt – egal ob im Ruhrgebiet oder weltweit.

### Ganzheitlicher Partner für Studios

gym80 ist nicht nur als Maschinenbauer, sondern auch als umfassender Partner seiner Kunden tätig. Der Service reicht von der Erstellung eines Gerätstellplans über die Gestaltung der Maschinen und das passende Marketingmaterial bis hin zur finalen Abwicklung und weltweiten Lieferung und Schulung. Genau deshalb entscheiden sich Fitnessstudios weltweit für gym80: Individualisierung, höchste Qualität und das deutliche Versprechen „Made in Germany“.

### Nachwuchsförderung und Ausbildung

Ab 2026 werden am Standort Gelsenkirchen zahlreiche neue Ausbildungsberufe angeboten. Damit öffnet gym80 jungen Talenten die Tür zu einer sicheren beruflichen Zukunft. Diese Ausbildungswege sind ein wichtiger Baustein in der langfristigen Nachwuchsförderung.

Die Partnerschaft mit dem FC Schalke 04 verbindet zwei Traditionsmarken aus Gelsenkirchen und schafft ausserdem eine Plattform zur Förderung von Nachwuchstalente und beruflichen Chancen in der Region.

### Globale Präsenz und eine klare Vision

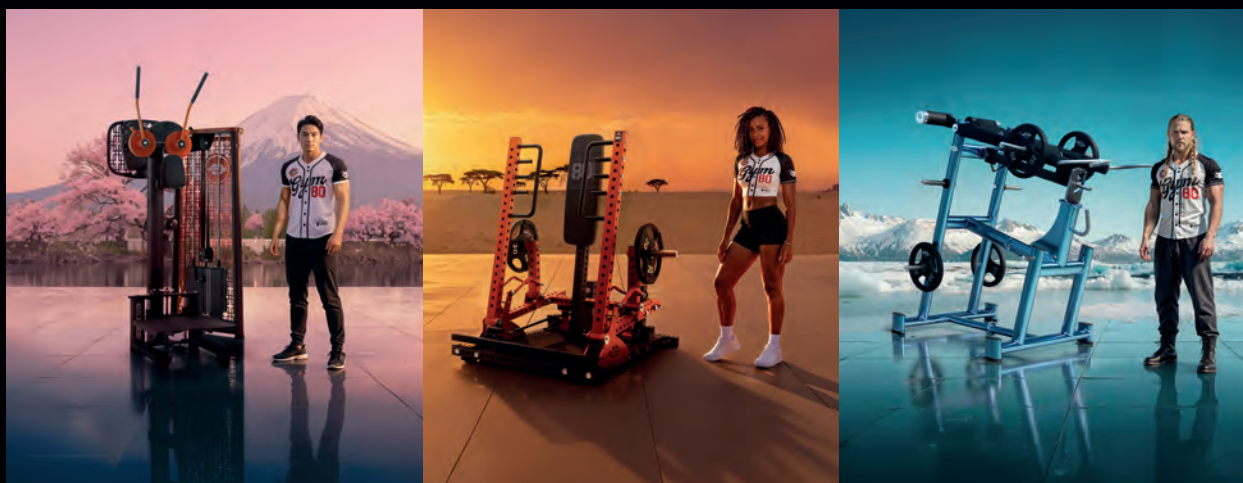
Seit über 45 Jahren entwickelt gym80 Premium-Fitnessgeräte „Made in Germany“. 24/7/365 trainiert und arbeitet irgendwo auf der Welt jemand an unseren Maschinen: drückt Stahl, kämpft und wächst. gym80 liefert Fitnesslösungen an führende Studios und Fitnessketten weltweit und steht immer für Qualität und Zuverlässigkeit.

### Nach Rekordjahr 2024 weiter voll auf Erfolgskurs

Die gym80-Gruppe blickt auf ein Rekordjahr 2024 mit einem Umsatz von über 60 Millionen Euro zurück. Der positive Trend setzte sich 2025 nahtlos fort – allein im ersten Halbjahr wurde ein Plus von rund 20 Prozent erreicht. Am Jahresende konnte ein neuer Rekord von rund 70 Millionen Euro erzielt werden. Jede neue Halle, jede neue Maschine und jeder zusätzliche Arbeitsplatz ist ein sichtbares Zeichen des Wachstums. Hinzu kommen rund 40 Veranstaltungen, die die Nähe zu Partnern, Kunden und Interessierten stärken und die Marke gym80 noch sichtbarer machen.

### Ein klares Signal für die Zukunft

Der Ausbau in Gelsenkirchen ist mehr als ein Bauprojekt. Es ist ein klares Signal: für die Mitarbeiter, für den Standort Deutschland, für die weltweiten Kunden und für die Marke gym80 selbst. Premiumqualität „Made in Germany“, gelebte Verantwortung für Umwelt und Team sowie die Kraft, weltweit Massstäbe zu setzen: gym80 lebt den Anspruch, der KING OF MACHINES zu sein – jeden Tag mit dem Ziel, die Welt ein bisschen stärker zu machen. ■



Chance statt Herausforderung

# Gen Z vom eigenen Fitnesscenter überzeugen – so gelingt's



**Die Generation Z, kurz Gen Z, prägt den Fitnessmarkt wie keine Generation zuvor. Ein globaler Bericht von Les Mills zeigt, wie junge Erwachsene trainieren, durch welche Hürden sie gebremst werden und warum hybride Angebote und starke Gruppen-erlebnisse zum Erfolgsfaktor für Clubs werden können.**

Die Generation Z wird den Fitnessmarkt langfristig verändern wie keine Generation zuvor. Sie ist nicht nur die grösste Alterskohorte weltweit, sondern entwickelt sich auch zur nächsten relevanten Kaufkraft. Für Fitnessclubs bedeutet dies keinen kurzfristigen Trend, sondern einen strukturellen Wandel mit langfristigen Folgen. Laut McKinsey & Company (2024) zeichnet sich die Gen Z, also die Jahrgänge 1996 bis 2010, durch hohe digitale Vernetzung, ein starkes Bedürfnis nach Authentizität, Nachhaltigkeit und eine pragmatische, gesundheitsorientierte Lebensweise aus. Sie erwartet transparente Kommunikation, echte Werte und personalisierte Erlebnisse auch im Fitnesskontext. Der globale Bericht Gen Z Fitness: Cracking the Code von Les Mills International (2023) liefert eine breit abgestützte, datenbasierte Grundlage zum Trainingsverhalten junger Menschen. Er basiert auf quantitativen und qualitativen Daten von über 4000 Personen im Alter von 16 bis 26 Jahren aus Nordamerika, Europa und Asien.

## Holistisches Fitnessverständnis

Vier der fünf wichtigsten Trainingsmotiven stehen im Zusammenhang mit Gesundheit und Wohlbefinden. Genannt werden: fitter werden, sich besser fühlen, Stress reduzieren und gesünder leben. Gleichzeitig geben 47 Prozent an, ihr Aussehen verbessern zu wollen. Fitness ist für Gen Z weder rein leistungsorientiert noch ausschliesslich ästhetisch, sondern Teil eines ganzheitlichen Gesundheitsverständnisses. Die Studie von Azimi Nojadedeh et al. (2025) bestätigt dieses Bild. Bewegungsverhalten entsteht aus einem Zusammenspiel körperlicher, mentaler, sozialer und alltagsbezogener Faktoren, was die hohe Nachfrage nach regenerativen und achtsamkeitsbasierten Angeboten erklärt. Auch der Future of Wellness Report von McKinsey & Company zeigt, dass die Gen Z Wellness als alltäglichen, personalisierten Lebensbereich versteht. Bewegung, mentale Gesundheit, Schlaf, Ernährung und Aussehen nehmen sie als zusammenhängendes System wahr (Pione et al., 2025).



### Hybrid als neuer Status quo

72 Prozent der regelmässig trainierenden Gen Z nutzen hybride Trainingsformen – sowohl im Studio als auch ausserhalb. Diese Gruppe behält länger ihre Mitgliedschaft und trainiert deutlich häufiger als Menschen, die ihr Workout nur im Studio absolvieren. Digitale Angebote ersetzen das Studio nicht, sondern stabilisieren Trainingsroutinen und ermöglichen Kontinuität.

### Gemeinschaft verbindet

Trotz wachsender digitaler Angebote bleibt das Fitnessstudio für Gen Z ein zentraler sozialer Ort. 82 Prozent der regelmässig aktiven Gen Z trainieren im Fitnesscenter, 81 Prozent nehmen an Gruppentrainings teil. Innerhalb der Gruppenangebote hat Krafttraining eine Schlüsselrolle inne: 50 Prozent der Kursteilnehmer aus der Gen Z nutzen kraftorientierte Formate. Gleichzeitig sind Mobilitäts- und Mind-Body-Formate stark verbreitet – mit 35 Prozent bei Stretch/Mobility und 33 Prozent bei Yoga. Diese Werte sind nicht als isolierte Kategorien, sondern als überlappende Nutzungsformen zu verstehen. Die Daten legen nahe, dass die Gen Z mehrere Formate parallel nutzt und Krafttraining häufig mit Mobilitäts- oder Mind-Body-Angeboten ergänzt. Diese Befunde werden durch Azimi

Nojadeh et al. (2025) gestützt, die körperliche Aktivität eng mit sozialer Einbindung, positiven Emotionen und Selbstwirksamkeit verknüpfen.

### Gesichter schaffen Bindung

Ein zentrales, häufig unterschätztes Ergebnis des Les-Mills-Berichts betrifft den Einfluss sogenannter Influencerinnen und Influencer auf das Trainingsverhalten der Gen Z. Dabei geht es nicht um klassische Social-Media-Stars, sondern um glaubwürdige Bezugspersonen im unmittelbaren Umfeld. 71 Prozent der regelmässig trainierenden Gen Z nutzen kostenlose digitale Inhalte von Fitness-Influencerinnen und Fitness-Influencern im Club, 76 Prozent orientieren sich beim Training zu Hause an diesem Content.

Als Influencerin oder Influencer gilt jede Person, die eine Marke authentisch verkörpert und Orientierung bietet. Genau hier liegt ein zentrales Potenzial für Fitnessclubs. Instruktorinnen und Instruktoressen übernehmen diese Rolle bereits durch ihre Präsenz, ihre Sprache und ihre Haltung zu Training und Gesundheit. Der Bericht zeigt, dass 55 Prozent der Befragten die gezielte Positionierung von Trainerinnen und Trainern als lokale Influencerinnen und Influencer als wirksamen Hebel ▶

für Gemeinschaft und Bindung betrachten. Instruktorinnen und Instruktoren werden zu Orientierungspersonen in einem fragmentierten Fitnessmarkt. Clubs, die diese Rolle bewusst stärken, investieren weniger in Marketing und mehr in nachhaltige Mitgliederbindung.

### **Tipps für die Praxis**

Die Ergebnisse des Gen-Z-Berichts zeigen, dass ein modernes Kursportfolio allein nicht ausreicht. Entscheidend ist, wie sichtbar, verlässlich und alltagstauglich Gruppentraining im Club umgesetzt wird. Gerade im Schweizer Markt liegt hier grosses ungenutztes Potenzial.

### **Programme nutzen statt nur anbieten**

Viele Clubs verfügen über hochwertige Programme, nutzen diese jedoch zu wenig. Werden Formate wie BODYPUMP®, BODYATTACK® oder BODYCOMBAT® nur ein bis zwei Mal pro Woche angeboten, entsteht für die Gen Z weder Verlässlichkeit noch echte Auswahl. Programme sollten konsequent über Woche und Tag verteilt werden. Mehrere Slots zu unterschiedlichen Tageszeiten, ergänzt durch kürzere Formate wie BODYPUMP® 30' oder 45', senken Einstiegshürden und machen Training planbar. So werden Programme zu stabilen Trainingsankern statt zu gelegentlichen Einzelereignissen.

### **Kurze Formate gezielt einsetzen**

Zeitlich kompakte Formate wie LES MILLS GRIT® oder LES MILLS SPRINT® sprechen die Gen Z besonders an. Sie lassen sich gut in Pausen integrieren, vermitteln schnelle Erfolgserlebnisse und eignen sich sowohl für den Einstieg als auch als Ergänzung zu bestehenden Kraftformaten. Entscheidend ist, dass diese Angebote sichtbar im Gesamtstundenplan verankert sind und nicht isoliert laufen.

### **Kraft, Cardio und Regeneration gleichwertig abbilden**

Krafttraining ist der wichtigste Treiber für die Gen Z im Studio. Gleichzeitig sind Mobilität, Regeneration und Achtsamkeit feste Bestandteile ihres Fitnessverständnisses. Diese Balance sollte sich klar im Kursplan widerspiegeln. Nicht die Anzahl einzelner Programme ist entscheidend, sondern ihre sichtbare Gleichwertigkeit. Regenerative Formate sollten bewusst auch zu attraktiven Zeiten stattfinden und nicht nur Randzeiten füllen.

### **Instruktorinnen und Instruktoren als Aushängeschild**

Instruktorinnen und Instruktoren sind einer der wirksamsten Hebel für Bindung bei Gen Z und zugleich oft der am wenigsten strategisch entwickelte. Ihre Wirkung entsteht nicht nur durch fachliche Kompetenz, sondern durch Haltung, Sprache und Beziehung. Clubs sollten Instruktorinnen und Instruktoren deshalb gezielt fördern, weiterbilden und in ihrer Rolle stärken. Regelmässige Feedbackformate, Austausch im Team und Raum für persönliche Stärken unterstützen eine authentische Präsenz. Gleichzeitig lohnt es sich, Instruktorinnen und Instruktoren nicht als austauschbare Kursleiterinnen und Kursleiter, sondern als wiedererkennbare Gesichter des Clubs zu positionieren.

Sichtbarkeit im Studio, Kontinuität im Stundenplan und eine klare programmatische Zuordnung schaffen Vertrauen.

### **Kritische Einordnung**

Trotz der klaren Muster sollte der Les-Mills-Bericht als das verstanden werden, was er ist: eine gross angelegte Branchenstudie mit starkem Praxisbezug. Die Ergebnisse liefern wertvolle Orientierung, ersetzen jedoch keine unabhängigen Langzeitstudien zum tatsächlichen Trainingsverhalten über mehrere Jahre hinweg. Zudem ist zu berücksichtigen, dass die Gen Z keine homogene Gruppe darstellt. Unter anderem beeinflussen sozioökonomische Faktoren, Bildungsniveaus, Urbanität und kultureller Kontext den Zugang zu Fitnessangeboten erheblich. Die Übertragbarkeit auf den Schweizer Markt erfordert daher eine bewusste Anpassung an lokale Strukturen, Ausbildungsstandards und Angebotsdichte. Offenbleibt, wie stabil hybride Trainingsgewohnheiten langfristig sind und wie sich digitale Nutzungsmuster mit zunehmendem Alter entwickeln. Hier besteht weiterer Forschungsbedarf, insbesondere zur nachhaltigen Bindung junger Erwachsener an Fitnessclubs.

### **Fazit**

Die Gen Z ist keine Herausforderung, sondern eine Chance. Sie ist motiviert, gesundheitsorientiert und gemeinschaftsbezogen. Sie erwartet jedoch Flexibilität, Glaubwürdigkeit und Orientierung. Clubs, die die Extrameile gehen und Kraft, Cardio, Regeneration und digitale Angebote sinnvoll verbinden sowie ihre Instruktorinnen und Instruktoren als zentrale Beziehungspersonen stärken, schaffen die Grundlage für nachhaltiges Wachstum im Schweizer Markt. ■



**André Zimmerli**

Der Autor ist seit fast zehn Jahren als Dozent bei der SAFS tätig und lebt seine Faszination für Gesundheit und Bewegung auf vielfältige Weise aus. Er verfügt über einen MSc in Pflege und studiert aktuell Medizin in Fribourg. Parallel dazu befindet er sich in der Weiterbildung für Akupunktur/TCM.

### **Literaturliste**

- Azimi Nojaded, H., Abdavi, F., & Yurtsizoğlu, Z. (2025). Health behaviors based on an active lifestyle among Generation Z: A thematic analysis. *International Journal of Sport Studies for Health*, 8(2), 57-70. <https://doi.org/10.61838/kman.intjssh.8.2.8>
- Phillips, J. (n. d.). Landmark report lifts the lid on Gen Z fitness. <https://www.lesmills.com/nordic/clubs-and-facilities/research-insights/fitness-trends/landmark-report-lifts-the-lid-on-gen-z-fitness/>
- Pione, A., Medalsy, J., Weaver, K., Callaghan, S., Rickert, S., Doner, H., & Dahm, J. M. (2025). The \$2 trillion global wellness market gets a millennial and Gen Z glow-up. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/future-of-wellness-trends>
- Les Mills International. (2023). Gen Z Fitness: Cracking the Code. Verfügbar unter: <https://www.lesmills.com/us/gen-fit-training/>
- McKinsey & Company. (2024). What is Gen Z?. Verfügbar unter: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-gen-z>
- Sharma, V., Mahajan, V., Kapse, M., Karhale, A. H., & Surwade, S. (2024). Gen Z's enduring commitment to fitness apps: A comprehensive examination. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2419483. <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2419483>

See you! 16 – 19 APR 26

# FIBO

**For a strong and healthy society.**

Built by



In the business of  
building businesses

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



Mit Kompetenz und Leidenschaft

## „Bewegungs- und Gesundheitsförderung ist heute wichtiger denn je“

**Rashid Erdogan arbeitet im Fitnesstreff Niklaus AG als Spezialist für Bewegungs- und Gesundheitsförderung. Die Ausbildung zum Experten ermöglicht dem 27-Jährigen, die Fitness- und Gesundheitsbranche ganzheitlich zu verstehen, interdisziplinär zu arbeiten und seine fachliche wie persönliche Entwicklung gezielt voranzutreiben.**

**FITNESS TRIBUNE:** Rashid, was hat dich dazu motiviert, die Ausbildung zum Experten für Bewegungs- und Gesundheitsförderung zu beginnen?

**Rashid Erdogan:** Ich wollte die Fitness- und Gesundheitsbranche besser verstehen, nicht nur das Training an sich, sondern auch das, was dahintersteckt. Mich interessieren die Abläufe im Fitnesscenter, die Zusammenarbeit im Team und wie sich die Branche insgesamt entwickelt. Diese Ausbildung gibt mir genau diesen Einblick und ermöglicht den Austausch mit anderen Fachpersonen. Diese fachliche und persönliche Weiterentwicklung war für mich ein wichtiger Grund, den nächsten Schritt zu machen.

**Wie sieht dein Arbeitsalltag im Fitnesstreff Niklaus aktuell aus und welche Aufgaben machen dir besonders Freude?**

Als Spezialist für Bewegungs- und Gesundheitsförderung übernehme ich verschiedene Aufgaben. Auf der Trainingsfläche arbeite ich als Trainer, sei es im Rehatraining nach einer Operation, bei allgemeinen Fitnesszielen oder bei konkreten sportlichen Leistungszielen. Daneben bin ich auch beratend tätig, zum Beispiel in Kennenlerngesprächen mit Interessenten oder bei Fragen zu Ernährung und Regeneration unserer Mitglieder. Ein wichtiger Teil meiner Arbeit ist die Zusammenarbeit im Team. Ich lerne viel von Kollegen und gebe mein Wissen auch an unsere Lernenden weiter. Der Austausch mit unseren Physiotherapeuten hat dabei deutlich zugenommen und bietet einen Mehrwert für alle Beteiligten. Am meisten Freude macht mir die direkte Zusammenarbeit mit unseren Mitgliedern. Vertrauen aufzubauen und Fortschritte mitzuerleben, ist für mich ein zentraler Antrieb im Berufsalltag.

**Was gefällt dir an der Ausbildung bisher am besten?**

Am meisten schätze ich die Nähe zur Praxis. Vieles aus der Ausbil-

dung kann ich direkt im Berufsalltag anwenden. Das gibt mir Sicherheit, hilft mir, Situationen besser einzuordnen und die Qualität meiner Arbeit weiterzuentwickeln.

### **Welche neuen Fähigkeiten oder Kenntnisse hast du durch die Ausbildung bereits gewonnen?**

Durch die Ausbildung habe ich ein besseres Verständnis für die gesundheitlichen Herausforderungen gewonnen, mit denen viele Menschen heute konfrontiert sind. Ausserdem habe ich erkannt, was wir als Branche heute und künftig leisten können. Gleichzeitig gehe ich mit Situationen im Berufsalltag routinierter um. Dazu zählt der Umgang mit Mitarbeitenden und Lernenden sowie grundlegende Themen rund um den Betrieb eines Fitnesscenters, zum Beispiel organisatorische und wirtschaftliche Aspekte. Diese Kenntnisse helfen mir, meine Rolle im Fitnesscenter bewusster und verantwortungsvoller wahrzunehmen.

### **Inwiefern hilft dir die Ausbildung dabei, Mitglieder im Fitnesscenter besser zu unterstützen?**

Die Ausbildung hilft mir, Mitglieder ganzheitlicher zu betrachten und ihre Situation präziser einzuschätzen. Durch die vertiefte Auseinandersetzung mit Anatomie, verschiedenen Krankheitsbildern sowie die Zusammenarbeit mit Physiotherapeuten kann ich Trainingseinheiten gezielter planen. Ich bin in der Lage, die Belastung im Training besser zu dosieren und präziser auf individuelle Bedürfnisse einzugehen, sei es im Reha-, Fitness- oder Leistungsbereich.

### **Welche Herausforderungen gab es bisher in der Ausbildung, und wie bist du damit umgegangen?**

Die Herausforderung besteht für mich darin, das Gelernte in der direkten Zusammenarbeit mit unseren Mitgliedern so zu vermitteln, dass es für die jeweilige Person nachvollziehbar und zielführend ist. Jeder Mensch bringt unterschiedliche Erfahrungen und Erwartungen mit. Dieser persönliche Umgang ist für mich fordernd und bereichernd, da er mich immer wieder dazu bringt, flexibel zu bleiben und meine Arbeit situativ anzupassen.

### **Warum ist deiner Meinung nach Bewegungs- und Gesundheitsförderung heute wichtiger denn je?**

Bewegungs- und Gesundheitsförderung ist heute wichtiger denn je, weil viele gesundheitliche Beschwerden, wie Bewegungsmangel und Stress, mit dem modernen Lebensstil zusammenhängen. Das betrifft längst nicht mehr nur ältere Menschen, sondern alle Altersgruppen. Ich erlebe im Alltag, wie bereits kleine Veränderungen im Training oder im Verhalten einen spürbaren Unterschied machen können. Genau darin sehe ich die grosse Bedeutung unserer Arbeit.

### **Für wen würdest du diese Ausbildung besonders empfehlen und warum?**

Ich empfehle die Ausbildung allen Spezialisten für Bewegungs- und Gesundheitsförderung, die den nächsten Schritt gehen und mehr Verantwortung übernehmen möchten. Besonders passend ist sie für diejenigen, die die Fitness- und Gesundheitsbranche besser verstehen und ihre Weiterentwicklung aktiv mitgestalten wollen.



### **Welche beruflichen Ziele hast du nach Abschluss der Ausbildung?**

Nach dem Abschluss der Ausbildung möchte ich meine Arbeit im Berufsalltag weiter vertiefen, indem ich Menschen differenzierter begleite und Trainings sowie Beratungen bewusster auf ihre jeweilige Situation abstimme. Gleichzeitig sehe ich mich in einer Rolle, in der ich im Team Verantwortung übernehme und Lernende in ihrer Ausbildung unterstütze. Langfristig ist es mir wichtig, zu einer professionellen Weiterentwicklung der Fitness- und Gesundheitsbranche beizutragen.

### **Wo siehst du dich in fünf Jahren? Eher im Coaching, in der Gesundheitsprävention oder in einer leitenden Funktion?**

In fünf Jahren sehe ich mich weiterhin in der direkten Zusammenarbeit mit Mitgliedern auf der Trainingsfläche. Gleichzeitig möchte ich mich fachlich weiterentwickeln und zusätzlich die Ausbildung zum Athletiktrainer absolvieren. Daneben möchte ich mein Wissen weitergeben, etwa als Prüfungsexperte. Langfristig ist es mein Ziel, ein eigenes gesundheitsorientiertes Fitnessstudio aufzubauen und mich nachhaltig in der Fitness- und Gesundheitsbranche einzubringen. ■



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 Möglichkeit, 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](http://www.safs.com).





MEET THE BEST 2026

# Das exklusive Branchenerlebnis geht in die zweite Runde

Vom 26. bis 28. März 2026 verwandelt sich das stilvolle Hotel Prättschli in Arosa erneut in den Treffpunkt für über 100 führende Köpfe der Branche. Drei Tage lang treffen Know-how, Austausch und alpines Erlebnis aufeinander – in einem Format, das einzigartig in der DACH-Region ist.

## Arosa, Schweiz – 26. bis 28. März 2026

Nach dem grossartigen Erfolg der Premiere im letzten Jahr lädt MEET THE BEST auch 2026 wieder Entscheidungsträger:innen, Inhaber:innen, Expert:innen sowie sportbegeisterte Persönlichkeiten aus der Fitness- und Physiobranche zum exklusiven Netzwerkevent nach Arosa ein.

### Das Programm: Business, Begegnung und Berge

#### Vormittags:

- hochkarätige Fachvorträge zu Zukunftsthemen der Branche
- Tischgespräche à 20 Minuten mit spannenden Industriepartnern – persönlich, kompakt und effizient

#### Nachmittags:

- raus in die Natur: Skifahren, Hüttengaudi, Schneeschuhwandern oder einfach Sonnenbaden auf 1800 m ü. M. – begleitet von Sound, Drinks und Inspiration

#### Abends:

- gemeinsames Abendessen im alpinen Ambiente
- Partynights mit internationalen Musicacts und DJs – mitreissend, emotional, verbindend

### Teilnahmebedingungen und Leistungen

**Inhaber:innen und Entscheidungsträger:innen:** CHF 199.–

#### Inklusive:

- zwei Übernachtungen im Viersternehotel
- Halbpension (Frühstück und Abendessen)
- Fachvorträge, Tischgespräche und Rahmenprogramm
- Zutritt zu allen Partynächten und Networking-Angeboten

**Begleitperson:** CHF 399.–

#### Inklusive:

- zwei Übernachtungen mit Halbpension
- Teilnahme am Aktivprogramm „Active Days“
- Zugang zu allen Abendveranstaltungen

### Was MEET THE BEST besonders macht

- Exklusive Teilnehmerzahl für echtes Networking
- Business trifft auf alpines Lebensgefühl
- Persönlicher Austausch statt oberflächlicher Massenmesse
- Menschen, die wirklich bewegen wollen
- Wer hier ist, denkt weiter und vernetzt sich klug

### Jetzt bewerben und dabei sein!

Die Teilnehmerzahl ist limitiert.

Einfach QR-Code scannen oder das PDF-Formular auf [www.mountainmove.ch/meet-the-best](http://www.mountainmove.ch/meet-the-best) herunterladen und an [rolf@mountain-move.ch](mailto:rolf@mountain-move.ch) senden.



### Kontakt und Veranstalter

**Mountain Move** – das innovative Netzwerkformat für die Fitness- und Gesundheitsbranche



#### Rolf Dürrenberger:

E Mail: [rolf@mountain-move.ch](mailto:rolf@mountain-move.ch)  
Website: [mountainmove.ch/meet-the-best](http://mountainmove.ch/meet-the-best)

Mountain Move präsentiert



# MEET THE BEST

Jetzt Anmelden

## AROSA 26



## 26.-28.03.26

### HOTEL PRÄTSCHLI AROSA

Netzwerken, Fachausstellung, Fachvorträge, Speeddatings,  
Hüttenplausch, Party-Night und viele unvergessliche Momente.

Praxis trifft Studium

# „Es ist eine grosse Chance, von erfahrenen Profis zu lernen“



Seit über 15 Jahren arbeitet Tatiana Dobriian in der Fitnessbranche. In der Ukraine schaffte sie es bis zur Regionaldirektorin. Mittlerweile arbeitet sie in der Schweiz u. a. als Gruppenfitnessmanagerin im Sportcenter Schumacher in Dübendorf. Um sich qualifiziert weiterzubilden, studiert die 42-Jährige aktuell den dualen Bachelor Fitnessökonomie an der SAFS Hochschule für Bewegungs- und Gesundheitsmanagement. Mit der FITNESS TRIBUNE sprach sie über das Studium und ihre Ziele.

**FITNESS TRIBUNE: Tatiana, du bist seit vielen Jahren als Fitnesstrainerin tätig und studierst aktuell an der SAFS Hochschule Fitnessökonomie (B. A.). Was hat dich dazu bewegt, dich nochmals für ein Studium zu entscheiden?**

**Tatiana Dobriian:** Durch meinen Umzug in die Schweiz vor fünf Jahren war für mich klar, dass ich mich auch hier beruflich weiterentwickeln und langfristig ankommen möchte. Ich wollte meinen Weg im Fitnessbereich nicht einfach fortsetzen, sondern mich bewusst hier vor Ort weiterqualifizieren. Die SAFS Hochschule gilt für mich als eine der führenden Ausbildungsinstitutionen im Fitness- und Gesundheitsbereich. In meiner bisherigen Laufbahn lag der Fokus stark auf der Praxis. Mit dem Studium der Fitnessökonomie möchte ich mein Wissen gezielt erweitern, vor allem im wirtschaftlichen und strategischen Bereich, um für zukünftige Projekte gut vorbereitet zu sein.

**Du absolvierst dein Studium dual. Warum war dir diese Kombination aus Theorie und Praxis besonders wichtig?**

Mir ist diese Kombination besonders wichtig, weil ich das Gelernte direkt in meiner täglichen Arbeit umsetzen kann. Dadurch setze ich mich viel intensiver mit den Inhalten auseinander und sehe schnell, was funktioniert. Diese Entwicklung wird auch von meinem Umfeld sowie von Kundinnen und Kunden wahrgenommen – und genau dieses direkte Feedback motiviert mich sehr, kontinuierlich weiterzulernen.

**Wie erlebst du den Spagat zwischen Studium, Beruf und Trainingsalltag – und was nimmst du persönlich daraus mit?**

Ganz ehrlich: Es ist oft sehr herausfordernd. Mit einem kleinen Kind ist Zeit immer knapp, und nicht alles funktioniert perfekt. Gerade deshalb habe ich gelernt, wie wichtig Disziplin, Organisation und klare Strukturen sind. Mit jedem Modul merke ich, dass ich strukturierter werde und meinen Alltag effizienter gestalte. Davon profitiere ich nicht nur beruflich, sondern auch persönlich.

**Gibt es Inhalte oder Vorlesungen im Studium Fitnessökonomie, die dich besonders begeistern?**

Grundsätzlich finde ich viele Inhalte spannend, vor allem, weil sie sehr praxisnah vermittelt werden. Selbst Themen wie wissenschaftliches Arbeiten oder Betriebswirtschaftslehre, die auf den ersten Blick eher trocken wirken, sind interessant aufbereitet. Besonders wichtig für mich sind die Themen rund um den Fitnessmarkt und die betriebswirtschaftlichen Inhalte, da sie eine zentrale Grundlage für meine weitere berufliche Entwicklung bilden.



### **Welche Vorlesung hat dir bisher einen ganz neuen Blick auf die Fitness- und Gesundheitsbranche eröffnet – und warum?**

Besonders prägend waren für mich die Module Fitnessmarkt und Betriebswirtschaftslehre. Ich bringe viel Erfahrung aus meiner Heimat mit und kannte dort den Markt sehr gut. In der Schweiz musste ich vieles neu lernen. Diese Module haben mir geholfen, den Schweizer Fitnessmarkt besser zu verstehen – seine Strukturen, Regeln und wirtschaftlichen Zusammenhänge. Dieses Wissen gibt mir Orientierung und hilft mir, meine beruflichen Schritte hier bewusster zu planen.

### **Die Fitnessbranche befindet sich im Wandel. Welche Themen aus dem Studium empfindest du als besonders zukunftsrelevant?**

Die Fitnessbranche entwickelt sich sehr dynamisch, und um langfristig erfolgreich zu sein, müssen Angebote ständig weiterentwickelt werden. Besonders zukunftsrelevant sind für mich die Themen Kommunikation und Servicemanagement sowie Fitnessmanagement und Marketing. Kommunikation schafft Vertrauen und Bindung, gutes Servicemanagement sorgt für Qualität und Zufriedenheit. Fitnessmanagement und Marketing sind entscheidend, um den Markt zu verstehen, Nachfrage richtig einzuschätzen und Angebote gezielt zu positionieren. Wer diese Bereiche miteinander verbinden kann, hat aus meiner Sicht die besten Voraussetzungen, sich auch in Zukunft erfolgreich im Fitnessbereich zu entwickeln.

### **Wie beeinflusst das Studium deine langfristigen beruflichen Ziele?**

Für mich ist das Studium ein sehr wichtiger Schritt in Richtung Zukunft. Es gibt mir Sicherheit, stärkt mein Selbstvertrauen und lässt mich insgesamt professioneller auftreten und handeln. Gleichzeitig bin ich mir bewusst, dass sich meine Ziele im Laufe des Studiums noch verändern werden. Ich weiss heute noch nicht im Detail, wie ich mich langfristig beruflich verwirklichen werde. Aber ich bin überzeugt, dass mir das Studium die nötigen Werkzeuge, die Klarheit und die Orientierung gibt, um meinen Weg bewusst zu gestalten und Ziele bei Bedarf anzupassen.

### **Welchen Rat würdest du Trainerinnen und Trainern geben, die überlegen, an der SAFS Hochschule ein duales Studium in Fitnessökonomie zu beginnen?**

Aus meiner eigenen Erfahrung kann ich nur sagen: Habt keine Angst und zögert nicht. Bleibt offen, genießt und saugt alles auf, was das Studium bietet. Es ist eine grosse Chance, von erfahrenen Profis zu lernen, sich inspirieren zu lassen und sich fachlich wie persönlich weiterzuentwickeln. Ähnlich wie im Training gilt auch hier: Wir sollten nicht stehen bleiben. Nicht nur körperlich, sondern auch mental. Weiterbildung bedeutet, sich selbst weiter zu „trainieren“ – und genau das macht langfristig den Unterschied. ■



### **Jetzt in die akademische Zukunft starten!**

Sie möchten mehr über das Studienangebot der SAFS Hochschule erfahren oder wünschen sich eine individuelle Beratung?

Rufen Sie uns gern an unter Tel.: +41 44 404 80 20. Wir sind montags bis freitags zwischen 8.00 und 17.00 Uhr für Sie erreichbar. Unter [www.safs-hochschule.ch/kontakt](http://www.safs-hochschule.ch/kontakt) können Sie auch eine Rückrufbitte hinterlassen und Infomaterial anfordern.

Ob als potenzieller Ausbildungsbetrieb oder Studieninteressierter – wir stehen Ihnen bei all Ihren Fragen zur Seite.

[www.safs-hochschule.ch](http://www.safs-hochschule.ch)



Rotes Licht, harte Beats, starke Community

# BARRY'S EROBERT ZÜRICH

Text: Yvonne Albers

**Mit dem ersten Barry's Studio der Schweiz bringt Unternehmerin Julia Röthlisberger ein international etabliertes Boutique-Konzept nach Zürich. Im Gespräch mit der FITNESS TRIBUNE spricht sie über Community, Markenführung und operative Herausforderungen – und zeigt, warum Barry's weit mehr ist als ein schweisstreibendes Workout. Ein Studioporträt mit Einblicken hinter die Kulissen und einem Erlebnisbericht aus dem Red Room.**

Barry's ist mehr als ein Ort für schweisstreibende Workouts. Die Marke steht für ein Trainingserlebnis, das Energie, Tempo und Gemeinschaft in den Mittelpunkt rückt. Was Ende der 1990er-Jahre in Los Angeles als ambitioniertes Trainingsformat begann, entwickelte sich zu einem internationalen Boutique-Fitness-Konzept mit über 80 Standorten weltweit, darunter Metropolen wie Stockholm, Paris, Dubai oder Sydney.

## VOM GEHEIMTIPP ZUM GLOBALEN KULT

Die Geschichte von Barry's liest sich wie ein klassischer Aufstieg vom Insidertipp zur Kultmarke. Ursprünglich als persönliches Trainingsangebot gedacht, zog das intensive Gruppenformat schnell eine treue Community an. Entscheidend war nicht nur das Training selbst, sondern das Gefühl, Teil von etwas Besonderem zu sein. Mit wachsender Nachfrage wurde aus dem von Barry Jay, John und Rachel Mumford gegründeten lokalen Konzept ein international erfolgreiches Franchise-Modell. Jeder Standort transportiert den gleichen Spirit – ob Kursaufbau, Musikauswahl oder zeitliche Taktung. Diese Wiedererkennbarkeit schafft Vertrautheit, ohne monoton zu wirken. Ein gelungener Balanceakt zwischen Standardisierung und Erlebnis.

## DER RAUM ALS BÜHNE UND EIN TRAINING, DAS VERBINDET

Das Herzstück jedes Barry's Studios ist der ikonische Red Room – kein Tageslicht, dafür eine tief rote Beleuchtung. Energiegeladene Musik und eine bewusst reduzierte Umgebung lenken den Fokus auf Bewegung und Rhythmus. Das Training kombiniert Laufbandsequenzen mit funktionellen Kraftübungen. Der stetige Wechsel sorgt für Dynamik und hält die Spannung über das gesamte Workout hoch. Die klare Dramaturgie des Trainings und die Anleitung durch charismatische Coaches, die Motivation und Atmosphäre massgeblich prägen, schaffen ein Erlebnis, das für die Community-Mitglieder weit über klassische Kursformate hinausgeht.

Eine Trainingseinheit dauert in der Regel 60 Minuten und folgt dem Prinzip des

High-Intensity-Intervalltrainings (HIIT). Kurze, hochintensive Belastungsphasen wechseln sich mit gezielten Erholungsintervallen ab. Trotz des Gruppenformats bleibt Raum für individuelle Intensitätsanpassungen. Am Ende entsteht ein starkes

Gemeinschaftsgefühl, getragen von Musik, Licht und kollektiver Anstrengung. Vermutlich macht genau diese Verbindung Barry's für viele zu einem festen Bestandteil des urbanen Lifestyles.

# INTERVIEW MIT JULIA RÖTHLISBERGER

**Dank des Engagements von Julia Röthlisberger erreicht die internationale Geschichte von Barry's nun auch die Schweiz. Mitte November 2025 öffnete das erste Barry's Studio in Zürich seine Türen. Im Interview mit der FITNESS TRIBUNE spricht die junge Unternehmerin über ihre persönliche Motivation, das Erfolgsrezept von Barry's und die besonderen Herausforderungen eines Boutique-Fitnesskonzepts auf Topniveau.**

**FITNESS TRIBUNE:** Julia, mit der Eröffnung des ersten Barry's in der Schweiz, genauer gesagt in Zürich, gehörst du sozusagen zu den Pionierinnen der Schweizer Fitnessbranche. Wie ist die Idee damals bei dir entstanden?

**Julia Röthlisberger:** Der Auslöser war Kopenhagen. Ich war beruflich dort für ein paar Monate, hatte natürlich kaum Kontakte – und wie findet man am besten Anschluss in einer neuen Stadt? Über Community. Freunde hatten mir zuvor schon häufig von Barry's erzählt. Ich kannte es nur von Instagram und aus Metropolen wie London oder New York – also bin ich hin, habe mein erstes Workout gemacht und war sofort total angefixt. Es war brutal anstrengend, aber diese Clubatmosphäre – laute Musik, rotes Licht, volle Energie – hat nach der Covid-Zeit einfach extrem gutgetan. Und das Faszinierende: Nach der Class laufen alle mit einem riesigen Lächeln raus, reden miteinander, connecten. Dieses „gemeinsam leiden“, auf eine absolut gute und positive Art, hatte ich so noch nie erlebt.

**Wann entstand aus dem Fandasein der Entschluss, Barry's nach Zürich zu bringen?**

Als ich zurück in Zürich war, habe ich es wirklich vermisst. Ich kenne die Stadt, bin hier aufgewachsen, kenne die Leute, habe ein Netzwerk. Ich habe mir gedacht: Ich will Barry's auch hier! Ich weiss es noch ganz genau: Es war der vierte Juli, ich lag auf dem Sofa und habe auf Instagram recherchiert. Dabei bin ich auf meinen heutigen Geschäftspartner Johan Nilsson gestossen. Er hat enorme Erfahrung und war schon in mehreren Regionen auf der Welt am Aufbau von Barry's Studios beteiligt. Ich habe ihm geschrieben: „Ich bin der grösste Barry's Fan und will Barry's in die Schweiz bringen – telefonieren?“ Drei Stunden später kam seine Antwort. Wir haben gesprochen – und ich habe sofort gemerkt: Das ist dieser Barry's Vibe. Supportive, offen, unkompliziert.

**Wie lief der Start in Zürich?**

Extrem gut. So gut, dass wir nach nur wenigen Wochen weitere Classes einrichten mussten, weil wir immer komplett ▶



Julia Röthlisberger begann ihre berufliche Laufbahn im Marketing und war international für verschiedene Agenturen tätig. Mit der Eröffnung des ersten Barry's Studios in der Schweiz hat die Zürcher Unternehmerin Karriere und persönliche Leidenschaft miteinander verbunden. Abseits des Red Rooms findet sie am liebsten Ausgleich auf dem Pferderücken – und in der Zeit mit ihrem Hund.

ausgebucht waren. Im Moment bieten wir 45 Classes pro Woche an. Von allen Barry's Clubs haben wir den bisher erfolgreichsten Start überhaupt hingelegt.

#### **Wo lagen für dich die grössten Herausforderungen?**

Ganz klar beim Umbau. Viele denken: „Boutique, kleiner Raum, das geht schnell.“ Aber der Red Room ist technisch hochkomplex – eine Box in der Box. Aufgrund von Vibrationen und Schallübertragung dürfen keine Elemente direkt auf Wände oder Säulen wirken. Dazu kommen die klassischen Knackpunkte im Boutique-Business: Location, Prozesse – und vor allem das Team. Am Ende steht und fällt alles mit dem Standort und den Menschen.

#### **Was zeichnet das Konzept von Barry's konkret aus?**

Bei uns dauert eine Class 60 Minuten. Effektiv sind es 48 Minuten Training: halb Treadmill, halb Floor. Dadurch ist es nicht nur Cardio, sondern eine echte Kombination aus Ausdauer und Kraft – mit genug Zeit, um im Strength-Part eine echte Wirkung zu erzielen. Wer nicht laufen kann oder will, hat die Möglichkeit Double Floor zu buchen. Wir haben 21 Laufbänder, 21 Floor-Plätze plus drei zusätzliche Optionen für reinen Floor-Fokus. Unter der Woche liegt der Fokus jeweils auf spezifischen Muskelgruppen (z.B. Arms & Abs, Abs & Ass oder Lower Body Focus). Am Wochenende werden Full-Body-Workouts angeboten – mit wechselnden Schwerpunkten wie Upper oder Lower Body.

#### **Barry's wird oft mit Spirit und Community gleichgesetzt. Ist das einfach da – oder muss man es aktiv gestalten?**

Beides. Die Brand hat eine enorme Anziehungskraft, und die

Community war in Zürich gefühlt schon da, bevor wir geöffnet haben – als ob sie nur darauf gewartet hätten. Das haben wir im Vorverkauf und über Social Media gemerkt. Aber natürlich musst du es aktiv leben – und das beginnt bei der Personalauswahl. Du willst Menschen, die nicht einfach einen Job erledigen, sondern diese Energie leben und ausstrahlen.

#### **Barry's Coaches gelten als Schlüssel zum Erlebnis. Nach welchen Kriterien rekrutierst du?**

Fachlich erforderlich sind mindestens eine Personal-Trainer-Zertifizierung sowie fundierte Praxiserfahrung. Danach zählt vor allem die Persönlichkeit: Du stehst vor über 40 Leuten, musst Energie geben, motivieren, aber auch sauber coachen. Und du musst musikalisch liefern – wie ein DJ, der Spannung aufbaut. Alle unsere Coaches waren für zwei Wochen in New York zum Onboarding und wurden von Barry's Global geschult. Bei neuen Coaches arbeiten wir zusätzlich mit Auditions: kurze Slots im Red Room – in den ersten Minuten muss der Funke überspringen. Ich höre dabei stark auf mein Bauchgefühl: Ist das ein Mensch, mit dem man gern Zeit verbringt? Bringt er oder sie Wärme, Präsenz und Drive?

#### **Wie unterscheidet sich die Schweiz als Boutique-Markt?**

Schweizer – und speziell die Zürcher – haben hohe Erwartungen, vor allem bei der Infrastruktur und dem Look & Feel. Viele Gäste, die Barry's aus anderen Städten kennen, sagen: „Das ist das schönste Studio, das ich bisher besucht habe.“ Beim Coaching muss der Standard überall gleich hoch sein – das ist ja ein Kernversprechen von Barry's.

#### **Wer trainiert bei euch – und wie generationenübergreifend ist die Community?**

Der Altersdurchschnitt liegt bei etwa 35 Jahren, aber die Range ist grösser: Wir haben auch viele um die 60 Jahre hier. Sehr junge Menschen, unter 20, eher weniger. Die Boutique-Preise spielen da natürlich eine Rolle. Und ja: alle trainieren zusam-



men. Das ist Teil des Konzepts – Tempo, Gewichte, Intensität lassen sich individuell steuern.

#### Mit welchen Zielen kommen die Members?

Es ist eher Lifestyle im positiven Sinn: fit sein, stark sein, gutes Cardio – und dieses spezielle Gefühl nach einer Class. Die meisten bringen schon eine gewisse Trainingsbasis mit, weil im Format schlicht wenig Zeit für technische Grundlagen bleibt. Es ist nicht ungewöhnlich, dass viele parallel auch noch ein klassisches Gym-Abo haben.

#### Wie ist euer Abomodell aufgebaut?

Wir arbeiten mit Class Packages nach dem Pay-as-you-go-Prinzip und mit Memberships. Packages gibt es u. a. als 5er-, 10er-, 30er- und 50er-Paket. Memberships umfassen zwölf, 16 oder 30 Classes pro Monat oder sind unlimited mit dreimonatigem Commitment.

#### Wie sieht deine Zukunftsplanung aus? Wird es noch weitere Barry's in der Schweiz geben?

Allerdings! Wir schauen bereits Richtung Romandie – Genf ist als nächstes geplant und wird unsere neue Challenge.



## EINE CLASS IM RED ROOM

Ein Studioporträt über Barry's zu schreiben, ohne selbst eine der legendären Classes besucht zu haben, wäre ungefähr so glaubwürdig wie ein Restauranttest, ohne ein Gericht zu probieren. Direkt im Anschluss an das Gespräch mit Julia geht es also für mich in die Umkleide – und wenig später hinein in den berühmten Red Room.

Wer mich kennt, weiss: Mein Herz schlägt eher für Eisen als für Pulsfrequenzonen. Entsprechend gemischt sind meine Gefühle, als ich mich gemeinsam mit 45 eingeschworenen Barry's Fans in die sprichwörtliche Höhle des Löwen begeben. Oder in diesem Fall: in die Höhle der Löwin. Mein Coach ist Chloe Bardos aus Kanada, seit über sieben Jahren Teil der ▶



Barry's Family. Als First Timer darf ich den Raum etwas früher betreten. Gemeinsam mit den anderen Neulingen bekomme ich eine kurze, präzise Einführung – Laufband, Wechsel, Floor, Tempo, Gewichtsempfehlungen. Alles klar. Theoretisch zumindest.

Dann geht es auch schon los. Ich starte zum Glück auf dem Laufband – das Unangenehmste zuerst hinter mich bringen, lautet meine Strategie. Und dann passiert es: Bang! Die Musik setzt ein, das rote Licht, die Stimme von Chloe, die Energie im Raum. Ich bin sofort drin. Komplett gecatcht.

Es macht riesigen Spass. Trotz der vielen Menschen auf engem Raum bin ich automatisch ganz auf mich fokussiert – und spüre gleichzeitig diese kollektive Energie. Chloe coacht mit Klarheit und Präsenz, gibt Tempo-Ranges fürs Laufband vor und koordiniert parallel die Gruppe auf dem Floor. Zugegeben: Zur Sicherheit für mich und mein Umfeld schummele ich bei der Geschwindigkeit ein wenig. Aber genau das ist Teil des Konzepts. Jeder wählt seine Intensität selbst. Motivation ja, aber kein Druck, kein Vergleich – nur Anstrengung im eigenen Rahmen.

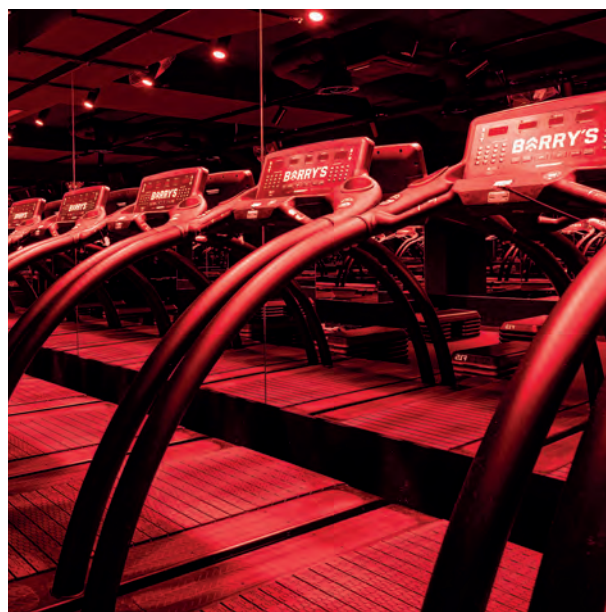
Die erste Laufeinheit vergeht erstaunlich schnell. Dann der Wechsel auf den Floor. Endlich. Runter von meinem persönlichen Foltergerät – rein in meine Komfortzone. Lower Body: Squats, Sidesteps, Lunges, Deadlifts – mit Mini-Bands und Kurzhanteln, in ständig wechselnden Variationen. Anspruchsvoll, aber vertraut.

Und dann: zurück aufs Laufband. Wider Erwarten freue ich mich sogar darauf. Die zweite Runde ist intensiver, aber mit dem Wissen, dass danach „nur noch“ Floor folgt, beisse ich mich durch. Das letzte Viertel auf dem Boden hat es in sich – die Beine sind schwer, die Reserven überschaubar. Aber Chloe, das wahrnehmbare Mitgehen der anderen und die treibenden Beats lassen ohnehin keine andere Option als durchziehen!

Die letzten Jump Squats und Burpees verlangen noch einmal alles an Willenskraft. Dann ist es vorbei. Die Stunde ist wie im Flug vergangen. Ich bin gleichzeitig komplett ausgepowert und erstaunlich energetisiert.

Chloe verabschiedet jede und jeden persönlich beim Verlassen des Red Rooms. An der Theke wartet bereits mein Proteinshake – mit meinem Namen drauf, vor der Class ausgewählt. Im Loungebereich sitze ich verschwitzt und happy mit meinen Mitstreitern, wir lachen, tauschen Eindrücke aus, vergleichen Puls und Muskelzittern. Community, ganz real.

Während Chloe bereits die nächsten First Timer auf ihre Premiere vorbereitet, ist mir auf dem Heimweg in der Tram eines klar: Heute werde ich hervorragend schlafen. Und mehr noch – ich habe das Erfolgsrezept von Barry's nicht nur verstanden, sondern gespürt. Das Konzept kannte ich seit Jahren. Heute Abend habe ich es erlebt. ■



# LONGEVITY – GESUND ÄLTER WERDEN

DIE CHANCE FÜR DIE  
FITNESSBRANCHE.



Die Fitnessbranche verfügt bereits über die Schlüsselangebote:

- **Cardio- & Muskeltraining**
- **Ernährung & Beratung**
- **Testing & Betreuung**

Integriere Longevity mit einem Gesamtkonzept von ACISO gewinnbringend in dein bestehendes Angebot. Die Tools sind da. Jetzt richtig positionieren und von der wachsenden Zielgruppe profitieren!



Alle  
Infos:



Fortbildung zum  
**LONGEVITY-COACH**  
Jetzt online starten!

**ACISO Schweiz**

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

**FABIAN BÖSCH** ist Freeskiing-Weltmeister im Slopestyle und im Big Air sowie Goldmedaillengewinner bei den Winter X Games. Der 28-jährige Engelberger ist aktuell in der Vorbereitung auf die Olympischen Winterspiele 2026 in Mailand und Cortina d'Ampezzo. Ausserdem ist er der Initiator und kreative Kopf von „Circus Bösch“ – einem Snowpark-Projekt, das nach seinen Ideen geplant und gebaut wurde.

📍 @buhusch



# AM ENDE ENTSCHEIDET NICHT DER MUT, SONDERN DIE KONTROLLE

Text: Yvonne Albers

Fabian Bösch ist einer der besten Freestyle-Skier der Welt. Er ist Weltmeister im Slopestyle sowie im Big Air, und er hat an Gold an den X Games gewonnen. Aktuell ist Fabian in der Vorbereitung auf die Olympischen Winterspiele 2026 in Italien. Mit der FITNESS TRIBUNE spricht der 28-Jährige über die Balance zwischen Kreativität und Kontrolle, mentale Stärke unter Wettkampfdruck und seine Trainingsprinzipien hinter den spektakulären Sprüngen.

Fotos: Chris Singer / Red Bull Content Pool

**FITNESS TRIBUNE: Fabian, du bist zuletzt viel unterwegs gewesen – Europa, China, USA. Wie hast du den Start in die Saison bisher erlebt?**

**Fabian Bösch:** Es war vor allem intensiv. Eigentlich sollte die Saison am Stubai Gletscher mit dem ersten Slopestyle-Wettkampf starten. Der wurde aber wegen schlechten Wetters erst verschoben und dann abgesagt. In dem Moment ist das natürlich frustrierend, weil man im Kopf voll im Wettkampfmodus ist. Im Nachhinein war es aber fast ein Geschenk, weil ich dadurch eine kurze Erholungsphase hatte, bevor es dann direkt weiter nach China und anschliessend nach Colorado ging. Drei grosse Wettkämpfe, drei Kontinente, drei komplett unterschiedliche Bedingungen. Das ist nicht nur körperlich anstrengend, sondern auch mental enorm fordernd.

**Was macht solche Wettkampfphasen besonders schwierig?**

Im Wettkampf selbst ganz klar das Wetter und der Umgang damit. Oft wird von den Organisatoren auch bei schlechter Wetterlage sehr lange versucht, einen Wettkampf irgendwie durchzuziehen – was natürlich vollkommen verständlich ist. Für uns Athleten bedeutet das aber gleichzeitig: stundenlanges Warten, immer wieder Aufwärmen, wieder rein, wieder raus, Fokus halten, dann wieder Pause. Körperlich ist das schon anstrengend, psychisch aber fast noch mehr. Du weisst irgendwann nicht mehr, ob du heute wirklich fährst oder nicht. Hinzu kommen natürlich die häufigen Ortswechsel, andere Zeitzonen, andere Hotels. Das macht es schwieriger, die eigenen Routinen beizubehalten und fokussiert zu bleiben.

**Wie zufrieden bist du mit deinen bisherigen Ergebnissen?**

Wenn man die reinen Platzierungen betrachtet, würde ich lügen, wenn ich sage, ich bin super happy. Ich war meist irgendwo zwischen Platz zwölf und 20, bei etwa 60 Startern. Das ist solide, aber natürlich nicht da, wo ich als Wettkampfsportler landen möchte. Gleichzeitig bin ich mit meiner Leistung an sich zufrieden. Ich habe meine Runs gestanden, keine Totalausfälle gehabt, bin konstant gefahren. Und manchmal muss man akzeptieren, dass genau das für den Moment das Maximum ist, das möglich war.

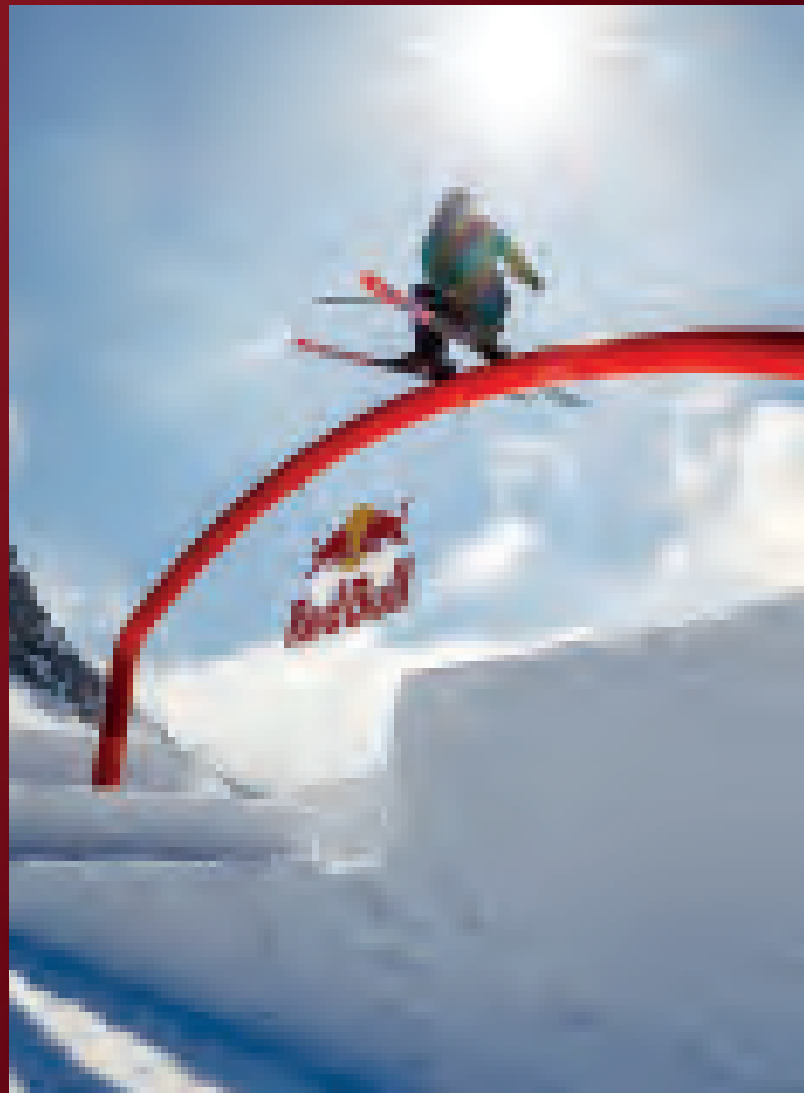
**Aktuell steht für dich die Olympiaqualifikation im Fokus.**

**Wie ist der Stand?**

Fix qualifiziert bin ich noch nicht, aber ich bin gut im Rennen. Es zählen mehrere Wettkämpfe, auch aus der vergangenen Saison. Dort war ich zweitbesten Schweizer, was mir jetzt natürlich hilft. Es stehen noch zwei entscheidende Wettkämpfe an, danach wird festgelegt, wer das Schweizer Team stellt – und ob ich Teil davon bin.

**Olympia ist der Traum vieler Athleten – was bedeuten dir die Olympischen Winterspiele 2026 persönlich?**

Olympia ist ohne Frage der grösste Wettkampf, den es gibt. Das ist mir absolut bewusst. Aber ich versuche, mir kein extra Podest dafür zu bauen. Für mich ist jeder Wettkampf wichtig.



Ich will immer mein Bestes zeigen – egal, ob es ein Weltcup, die X Games oder Olympia ist. Diese Haltung hilft mir, den Druck nicht zu gross werden zu lassen.

**Spürst du aktuell mehr Motivation oder mehr Druck in der Vorbereitung?**

Beides. Olympia gibt definitiv einen zusätzlichen Push. Vor allem, weil es nur alle vier Jahre stattfindet. Gleichzeitig muss man sehr strategisch bleiben. Es bringt nichts, in einem Wettkampf alles zu riskieren. Wichtig ist, über mehrere Events hinweg konstant gute Leistungen zu zeigen. Das ist mental anspruchsvoll, weil man Geduld braucht.

**Wie strategisch planst du deine Saison?**

Teilweise sehr bewusst, teilweise ergibt es sich. Athleten, die bereits für Olympia qualifiziert sind, können Wettkämpfe auslassen oder gezielt auswählen. Ich habe diesen Luxus nicht – ich muss fahren, um meine Chancen zu wahren. Gleichzeitig ist das für mich aber auch ein Vorteil, weil ich im Wettkampfrhythmus bleibe. Gerade vor Olympia ist das sehr wichtig. ▶

### **Freestyle wirkt von aussen spielerisch, ist aber Hochleistungssport. Wie sieht dein Training aus?**

Mein Training ist sehr vielseitig aufgebaut, weil der Sport extrem komplex ist. Es gibt nicht den einen Trainingsschwerpunkt, sondern mehrere Bausteine, die ineinandergreifen. Grob gesagt besteht mein Training aus Off-Snow-Training, wie Krafttraining oder akrobatischem Training, und natürlich dem Training auf Schnee. Je nach Jahreszeit und Phase verschieben sich die Schwerpunkte, aber alles bleibt immer präsent.

Im Krafttraining arbeite ich klassisch periodisiert. Am Anfang der Vorbereitungsphase liegt der Fokus eher auf Grundlagen: Kraftaufbau, Stabilität und ein solides körperliches Fundament. Später kommt mehr Schnellkraft hinzu – explosive Bewegungen, Sprünge, Cleans, rotationsbasierte Übungen. Mobility und Regeneration sind ebenfalls feste Bestandteile. Insgesamt ist mein Training darauf ausgelegt, meinen Körper möglichst lange leistungsfähig zu halten und gleichzeitig Raum für Entwicklung und neue Ideen zu lassen.

### **Wie wichtig ist Techniktraining abseits des Schnees?**

Extrem wichtig. Wir trainieren viel auf Trampolinen und Airbags, also grossen Luftkissen, auf die man mit Ski springen kann. Dort kannst du neue Tricks sicher üben und hunderte Wiederholungen machen. Früher mussten wir dafür extra nach Kanada reisen, heute gibt es solche Anlagen auch in Europa, zum Beispiel in Österreich.

### **Trainierst du auch bewusst spielerisch?**

Sehr viel sogar. Ich setze mir kleine koordinative Challenges, arbeite mit Akrobatik, Jonglage und ungewöhnlichen Bewegungen. Wenn eine Bewegung sitzt, überlege ich mir Möglichkeiten, die Übung schwieriger zu machen. Das hält den Kopf frisch und fördert Kreativität. Freestyle lebt davon, dass man neue Lösungen findet – und das passiert nicht, wenn alles nur strikt nach Plan läuft.

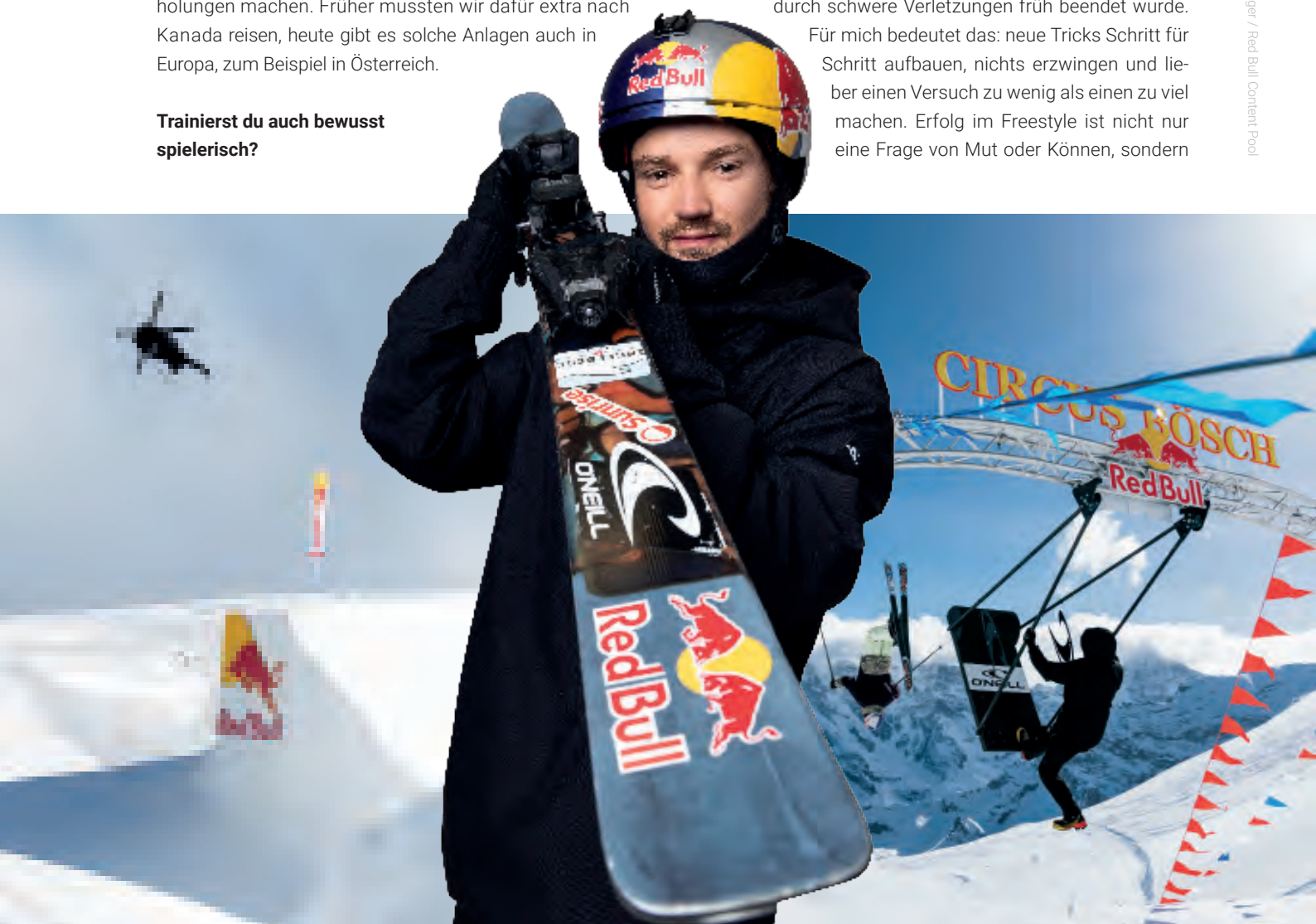
### **Deine Tricks bewegen sich oft an der Grenze des Machbaren. Gibt es einen Unterschied zwischen Respekt und Angst – und wie gehst du persönlich damit um?**

Angst im Sinne von Panik darf man nicht haben. Respekt aber schon. Ich gehe nur an einen Trick, wenn ich innerlich überzeugt bin, dass die Chance hoch ist, ihn zu stehen. Risiko gehört dazu, aber es muss kalkuliert sein. Wenn ich merke, dass ich im Kopf nicht bereit bin, lasse ich es.

### **Verändert sich dieses Risikobewusstsein mit dem Alter?**

Ja, sehr. Als junger Athlet denkt man weniger nach – man probiert einfach. Mit den Jahren kommt Erfahrung, aber auch das Bewusstsein, dass eine schwere Verletzung das Aus bedeuten kann. Risikomanagement ist ein entscheidender Faktor – vielleicht sogar einer der wichtigsten. Ich kenne viele Athleten, die sehr talentiert waren, deren Karriere aber durch schwere Verletzungen früh beendet wurde.

Für mich bedeutet das: neue Tricks Schritt für Schritt aufbauen, nichts erzwingen und lieber einen Versuch zu wenig als einen zu viel machen. Erfolg im Freestyle ist nicht nur eine Frage von Mut oder Können, sondern



Fotos: Chris Singer / Red Bull Content Pool

auch von klugen Entscheidungen. Wer langfristig erfolgreich sein will, muss lernen, Risiken realistisch einzuschätzen. Gleichzeitig wächst mit der Erfahrung auch das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten. Diese Balance aus Respekt und Selbstvertrauen ist entscheidend.

#### **Wie entstehen neue Tricks oder individuelle Kombinationen?**

Meist im Austausch mit Trainern, Teamkollegen oder durch Inspiration aus anderen Sportarten wie Aerials oder Kunstturnen. Komplette neue Sprünge gibt es kaum noch, aber neue Kombinationen, neue Grabs, neue Linien. Es geht darum, dem Run eine eigene Handschrift zu geben.

#### **Was passiert mental, wenn ein Trick mehrmals nicht gelingt und wie bleibst du fokussiert?**

Letztendlich entscheidet das Durchhaltevermögen. Es ist eine Fleissarbeit. Du übst etliche Stunden auf dem Trampolin, auf dem Airbag und scheiterst immer wieder. Wenn alles gut läuft, funktioniert der Trick im Herbst dann auch auf dem Schnee – was aber noch lange nicht bedeutet, dass du auch gute Punkte dafür bekommst. Der mentale Anspruch ist gross.

#### **Neben dem Wettkampfsport hast du auch kreative Projekte umgesetzt, wie zum Beispiel den „Circus Bösch“. Wie kam es dazu?**

Mein Sponsor Red Bull ist auf mich zugekommen und hat gefragt, ob ich eine Idee für ein Athletenprojekt hätte. Mir war sofort klar, dass ich etwas Kreatives machen will. Ich habe mich von verschiedenen Videos inspirieren lassen, wie etwa vom Bike-Trial- und Mountainbike-Profi Danny MacAskill, und wollte

Skifahren visuell neu erzählen. Der Zirkus war dann ein perfekter Rahmen, um Tricks anders zu inszenieren und eine Geschichte zu erzählen.

#### **Siehst du solche Projekte als Teil deiner Zukunft?**

Auf jeden Fall. Gerade solche Projekte geben mir auch mental viel zurück. Sie erinnern mich daran, warum ich mit dem Skifahren angefangen habe – aus Freude an Bewegung und Kreativität. Der Wettkampfsport ist stark reglementiert, kreative Projekte geben mir Freiheit. Ich glaube, dass mir genau diese Abwechslung hilft, langfristig motiviert und leistungsfähig zu bleiben.

#### **Du bist 28 Jahre alt. Denkst du schon an die Zeit nach dem Spitzensport?**

Ja, definitiv. Ich will vorbereitet sein. Meine Wettkampfkariere wird nicht ewig gehen und ich muss schon jetzt an die Zeit danach denken. Vielleicht werde ich noch zwei bis vier Jahre Wettkampfsport machen, dann verlagert sich mein Fokus sicherlich. Projekte, Filme, Zusammenarbeit mit Sponsoren – aber auf eine Art, die zu mir passt. Ich habe Lust, Dinge umzusetzen, bei denen die visuelle Idee im Vordergrund steht.



#### **Zum Abschluss: Was würdest du jungen Athletinnen und Athleten mitgeben?**

Man muss etwas finden, für das man „brennt“ – was man wirklich liebt. Spitzensport ist hart, anstrengend und oft frustrierend. Wenn es nicht wirklich „deins“ ist, hältst du das nicht durch. Erfolg kommt nur, wenn du es für dich machst – nicht für Status, Likes oder Anerkennung. ■



# MAKE A STATEMENT.



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

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

# MATRIX



Echtes Training braucht echte Stärke. Wer Höchstleistung will, nimmt Geräte, die mithalten können. Die Magnum Plate Loaded Maschinen setzen neue Maßstäbe im freien Krafttraining. Mehr Übungsvielfalt, kompromisslose Stabilität und maximale Leistung – Tag für Tag.

---

**BUILT FOR PERFORMANCE. DESIGNED FOR RESULTS.**

Gen Z und Alpha im Fokus

# NEUE ANSPRÜCHE, NEUE

Text: Yvonne Albers



Der strukturelle Wandel der Arbeits- und Konsumwelt wird zunehmend von zwei Generationen geprägt: der Generation Z und der nachrückenden Generation Alpha. Beide Kohorten sind in einem Umfeld von wirtschaftlicher Stabilität, digitaler Dauerverfügbarkeit und gesellschaftlicher Verdichtung aufgewachsen. Diese Rahmenbedingungen beeinflussen nicht nur Einstellungen zu Arbeit und Führung, sondern ebenso Konsumententscheidungen, Markenbindung und Erwartungen an Anbieter – mit direkten Konsequenzen für die Fitness- und Gesundheitsbranche.

Während die Generation Z bereits aktiv in den Konsum- und Arbeitsmarkt eingetreten ist, deutet sich auch bei der Gene-

ration Alpha eine weitere Verstärkung dieser Muster an. Gesundheit, mentale Stabilität, Sinnhaftigkeit und Selbstbestim-

Foto: Seventyfour – stock.adobe.com

# CHANCEN



mung gewinnen weiter an Bedeutung (Izzati et al., 2025). Gleichzeitig verlieren traditionelle Loyalitätsmodelle an Relevanz – sowohl im Verhältnis zu Arbeitgebern als auch zu Anbietern. Entscheidungen werden stärker wertebasiert, vergleichend und situativ getroffen (Rosário & Casaca, 2025; Surugiu, Surugiu, Grădinaru & Grigore, 2024).

## Arbeitgeberattraktivität unter neuen Vorzeichen

Aus arbeitswissenschaftlicher Perspektive zeigt sich, dass junge Generationen Arbeit nicht primär als Pflicht, sondern als Entwicklungsraum verstehen (De Vos, Van der Heijden & Akkermans, 2020). Erwartet werden

transparente Perspektiven, kontinuierliches Feedback und erlebbare Lernkurven (World Economic Forum, 2023). Entwicklung wird dabei nicht als Zusatzangebot wahrgenommen, sondern als integraler Bestandteil der Arbeitserfahrung. Führung wird weniger über Hierarchie definiert als über Orientierung, Vertrauen und Beziehung. Für die Generation Alpha ist davon auszugehen, dass diese Anforderungen weiter zunehmen, da technologische Selbstverständlichkeit und individuelle Wahlmöglichkeiten früh verinnerlicht werden (Nagy & Kölcsey, 2017).

Unternehmen, die an starren Modellen festhalten, riskieren, an Attraktivität zu verlieren. Besonders personalintensive Branchen stehen damit vor der Aufgabe, Kultur, Entwicklungslogiken und Arbeitsorganisation neu zu denken und sich stärker an individuellen Lern- und Lebensrealitäten auszurichten.

## Konsumentenverhalten und Branchenwirkung

Parallel verändern sich Erwartungen auf der Konsumentenseite. Generation Z und Alpha sind stark informiert, vergleichen Angebote systematisch und erwarten Klarheit, Zugänglichkeit und glaubwürdige Werte (Ismail, Nguyen, Chen, Melewar & Mohamad, 2020). Konsumententscheidungen erfolgen weniger impulsiv, sondern zunehmend reflektiert. Fitness- und Gesundheitsangebote werden nicht isoliert betrachtet, sondern als Teil eines ganzheitlichen Lebensstils bewertet. Authentizität, Qualität der Betreuung und emotionale Anschlussfähigkeit spielen eine zentrale Rolle bei der Wahrnehmung von Relevanz und Vertrauen.

## Gesundheit als verbindendes Wertversprechen

Damit entsteht für Fitnessunternehmen eine doppelte Herausforderung – und zugleich eine strategische Chance. Arbeitgebermarke, Servicequalität und Wertversprechen lassen sich nicht mehr getrennt betrachten. Gesundheit wirkt dabei als verbindendes Orientierungs- und Differenzierungsmerkmal: nach innen als kultureller Anker, nach aussen als glaubwürdiges Leistungsversprechen. Wer intern glaubwürdig für Gesundheit, Entwicklung und mentale Balance steht, stärkt zugleich die externe Wahrnehmung und Kundenbindung.

Wie diese Zusammenhänge einzuordnen sind, wo verbreitete Fehlannahmen liegen und welche konkreten Handlungsfelder sich daraus für Fitnessunternehmen ergeben, beleuchtet das folgende Interview. Generationenforscher Yannick Blättler ordnet die Perspektiven von Generation Z und Alpha datenbasiert ein und zeigt auf, wie Arbeitgeber- und Konsumentenlogik strategisch zusammengeführt werden können. ▶

### Auszug aus der Literaturliste

Izzati, U. A., Hidayah, N., Hidayat, H., Winingsih, E., Nuryono, W., & Fitriyah, F. K. (2025). Understanding psychological well-being of alpha generation. *Multidisciplinary Science Journal*, 8(1)


Rosário, A. T., & A. Casaca, J. . (2025). Brand Loyalty and Generations X, Y, Z. *Journal of Eohumanism*, 4(2), 1132.

Surugiu, C., Surugiu, M.-R., Grădinaru, C., & Grigore, A.-M. (2025). Factors Motivating Generation Z in the Workplace: Managerial Challenges and Insights. *Administrative Sciences*, 15(1), 29.

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte [info@fitness-tribune.com](mailto:info@fitness-tribune.com).

Übersetzer zwischen den Generationen

# „VERSTÄNDNIS SCHAFFT BESSERE ENTSCHEIDUNGEN“



**Yannick Blättler erforscht die Generation Z. Er berät Unternehmen zu Strategie, Human Resource Management und zeitgemäßem Leadership. Im Interview mit der FITNESS TRIBUNE gibt der Generationenforscher Antworten auf Fragen nach Herausforderungen, denen sich Unternehmen durch veränderte Bedürfnisse der jungen Generationen stellen müssen.**

**FITNESS TRIBUNE:** Yannick, du wirst aufgrund deiner Tätigkeit oft auch als „Anwalt der Gen Z“ bezeichnet. Würdest du dich selbst so nennen?

**Yannick Blättler:** Eher nicht. Mir geht es nicht darum, eine Generation zu glorifizieren oder zu verteidigen. Ich sehe mich vielmehr als Übersetzer zwischen Generationen. Meist sind Diskussionen über junge Menschen stark von Vorurteilen geprägt. Ich versuche aufzuzeigen, aus welchem Kontext heraus die Generation Z handelt. Verständnis schafft bessere Entscheidungen.

**Wo scheitern Unternehmen aus deiner Sicht am häufigsten?**

Zwei Muster sehe ich häufig. Zum einen will man „die Jungen“ gar nicht wirklich verstehen, sondern erwartet, dass sie sich anpassen. Zum anderen spürt man, dass man an Relevanz verliert – als Arbeitgeber oder auch als Marke –, reagiert aber zu spät. Im schlimmsten Fall verliert man so eine ganze Generation. Und das hat langfristig wirtschaftliche Konsequenzen.

**Wie hilfst du deinen Kunden, diese Situation zu lösen?**

Mir war früh klar: Wenn wir fundiert über Generationen sprechen wollen, brauchen wir belastbare Daten. Deshalb habe ich vor rund zehn Jahren Neoviso gegründet. Wir kombinieren Marktforschung mit Beratung und führen regelmässig Studi-

en mit jungen Menschen durch – zum Beispiel zu Themen wie Gesundheit, Arbeit oder Finanzen. Darauf aufbauend begleiten wir Unternehmen: von der Analyse über die Strategie bis zur Umsetzung – etwa mit Workshops, HR-Programmen, Kampagnen oder kulturellen Transformationsprozessen.

**Was unterscheidet die Gen Z im Kern von früheren Generationen?**

Wenn man es verdichtet, sind es im Wesentlichen drei grosse Einflussfaktoren. Erstens: Wohlstand. Viele junge Menschen in der Schweiz sind in einem Umfeld aufgewachsen, in dem ein hoher Lebensstandard völlig normal ist. Zweitens: Technologie – bei der Generation Y war es das Internet, bei der Gen Z ist es Social Media als prägende Lebenswelt. Und Drittens: der Arbeitsmarkt, der in den letzten zehn bis 15 Jahren für diese Generation sehr wohlwollend war. Es gab genügend Lehrstellen und Jobs – junge Menschen hatten mehr Verhandlungsmacht. Das prägt Selbstbewusstsein und Erwartungen.

**Erwartungen, die heute immer wieder als problematisch wahrgenommen werden?**

Ja, weil man sie häufig aus einem falschen Vergleich heraus beurteilt. Die Generation Z ist nicht anspruchsvoller, sondern konsequenter. Sie hinterfragt stärker: Passt das zu mir? Lerne

ich hier etwas? Ergibt das Sinn? Das ist kein Mangel an Leistungsbereitschaft, sondern Ausdruck eines anderen Bezugs zur Arbeit und zum Leben.

### Was bedeutet das für Fitnessunternehmen?

Die Fitnessbranche spürt diesen Wandel doppelt – als Arbeitgeber und als Anbieter. Die Generation Z ist es gewohnt, dass Dinge schnell gehen. Sie erwartet Klarheit, Flexibilität und einfache Zugänge. Ausserdem sind junge Menschen extrem gut informiert. Sie vergleichen Studios, Arbeitgeber, Arbeitsmodelle, Werte. Wer langsam, unklar oder unflexibel ist, verliert an Attraktivität. Gleichzeitig hat die Branche enormes Potenzial, weil Gesundheit, Körperbewusstsein und mentale Balance für die Generation Z sehr relevant sind.

Trotzdem klagen viele Betreiber über sinkende Loyalität bei jungen Mitarbeitenden. Die Generation Z bleibt nicht aus Pflichtgefühl, sondern aus Überzeugung. Wenn Entwicklung, Führung und Kultur nicht stimmen, geht sie weiter. Das wird dann als illoyal interpretiert. Ich sehe es anders: Wenn die Rahmenbedingungen stimmen, geben junge Mitarbeitende enorm viel. Man kann aus dieser Generation eine echte Vollgasgeneration machen – allerdings nicht mit alten Führungsmodellen.

### Was erwartet die Generation Z konkret von Fitnessstudios als Arbeitgeber?

Vor allem gezielte Förderung ab Tag eins. Junge Talente haben eine hohe Erwartung an ihre Entwicklungskurve. Sie wollen wissen: Welche Skills baue ich auf? Wie sieht mein Qualifikations- und Karriereweg aus? Was sind meine Perspektiven? Ein einfaches praktisches Beispiel sind die immer noch weit verbreiteten Jahresgespräche. Die reichen nicht mehr. Gefragt sind kurze Feedbackzyklen, klare Ziele und sichtbarer Fortschritt. Zusätzlich sollte Weiterbildung stärker genutzt werden – Fitness ist per se eine Entwicklungsbranche. Wer das bietet, bekommt Engagement zurück.

### Und was ist mit den teilweise unattraktiven Arbeitszeiten in Fitnesscentern?

Das Thema ist real, aber lösbar. Hebel Nummer eins ist Flexibilität. Modelle aufbrechen, Schichtarbeit vereinfachen – beispielsweise durch mehr Mitarbeiter mit geringerem Pensum. Andere Branchen zeigen, dass weniger zentralisierte Planung und mehr Selbstorganisation zu sehr funktionellen Ergebnissen führen können. Teams organisieren sich selbst und finden oft erstaunlich faire Lösungen.

### Welche Kultur braucht es, um langfristig attraktiv zu bleiben?

Eine gute Kultur bedeutet für die junge Generation insbesondere psychologische Sicherheit. Was für sie zählt: ein respektvoller Umgang, Vertrauen, das Gefühl, sich äussern zu dürfen und dabei ernst genommen zu werden. Es geht nicht darum, alles sofort umzustellen. Führung darf aber nicht mehr nur top-down gedacht werden. Bottom-up zuzuhören, ist ebenso wichtig. Hinzu kommt der Wunsch nach inspirierenden Führungspersonen und Kollegen, Diversität im Denken und dem Lernen voneinander.

### Zum Schluss der Blick in die Zukunft: Was kommt mit der Generation Alpha?

Künstliche Intelligenz wird sowohl am Arbeitsplatz als auch im Alltag selbstverständlich sein. Gleichzeitig wird Gesundheit, insbesondere die mentale Gesundheit, weiter an Bedeutung gewinnen. In einer von uns durchgeführten Umfrage war die meistgewählte Definition von Erfolg: zufrieden und gesund sein – sowohl physisch als auch psychisch. Fitnesscenter haben einen enormen Vorteil: Ihr Kerngeschäft deckt sich mit den Werten der jungen Generation. Das ist äusserst stark – sowohl in der Kundenansprache als auch im Employer Branding. Wer glaubwürdig für Gesundheit und mentale Balance steht, spricht junge Menschen emotional an. Konkret bedeutet das: „Du arbeitest hier nicht einfach, du trägst aktiv zu einem gesunden Leben bei – für dich und andere.“ Das kann ein enormer Motivationsfaktor sein.

Ich rechne zudem mit einer Gegenbewegung zur permanenten Digitalisierung: mehr echte Begegnungen, mehr Gemeinschaft. Genau hier kann die Fitnessbranche eine Schlüsselrolle spielen – als sozialer Ort, nicht nur als Trainingsfläche.

### Wenn du drei konkrete Empfehlungen für Fitnessunternehmer in der Schweiz geben müsstest – welche wären das?

Erstens: Rollt ein echtes Development-Programm aus. Macht den Fortschritt sichtbar, ruhig auch spielerisch oder gamifiziert: Levels, Meilensteine, Score-Systeme. Zweitens: Häufigeres Feedback und regelmässige Zielgespräche – näher dran sein, nicht nur einmal im Jahr. Und Drittens: Inspiriert über Sinnstiftung. Fitness hat hier einen echten Purpose. Wenn ihr diesen glaubwürdig lebt, motiviert das Mitarbeitende – und am Ende profitieren Kundschaft und Unternehmen gleichermaßen. ■

## YANNICK BLÄTTLER

Yannick Blättler, Gründer und CEO der Neoviso AG, ist einer der profiliertesten Generationenforscher der Schweiz. Mit Daten, Strategie und unermüdlicher Energie hilft er Unternehmen, junge Zielgruppen zu verstehen. Neben seiner Arbeit schätzt er Bewegung, Begegnungen und neue Perspektiven.

Werte sichern – Zukunft gestalten

# Unternehmensnachfolge

Text: Yvonne Albers

**Unternehmensnachfolge zählt zu den strategischen Schlüsselthemen im Mittelstand – auch in der Fitnessbranche. Der Generationenwechsel stellt viele Betriebe vor neue Fragen – und eröffnet zugleich Chancen. Wer rechtzeitig plant, sichert nicht nur Arbeitsplätze und die Zukunft der eigenen Kinder, sondern auch den Fortbestand eines Lebenswerks.**

Die Nachfolgefrage zählt zu den strategisch wichtigsten und zugleich komplexesten Themen für inhabergeführte Unternehmen, auch in der Fitness- und Gesundheitsbranche. Und sie gewinnt zunehmend an Brisanz. Laut einer Studie der Stiftung KMU Next wird nahezu jedes dritte KMU in der Schweiz aufgegeben, weil es nicht gelingt, eine Person für die Übernahme zu finden (KMU-Portal, 2025).

Der demografische Wandel, veränderte Familienmodelle und der Fachkräftemangel machen die Unternehmensnachfolge zu einer Herausforderung. Die Suche nach dem geeigneten Nachfolger wird zum unternehmerischen „Nadelöhr“. Besonders kritisch ist dabei, dass nur etwa 53 Prozent der Übergaben tatsächlich innerhalb der Familie erfolgen (KMU-Portal, 2025; Credit Suisse, 2022). Externe Lösungen, Management-Buy-ins oder Übergaben an Mitarbeitende bergen ein höheres Risiko und erfordern frühzeitige Planung, vertragliche Verhandlungen sowie eine strukturelle Vorbereitung und klare Kommunikation – gerade in persönlich geprägten Unternehmen wie Fitnessbetrieben oder branchenintegrierten Dienstleistern.

## Übergabe zwischen Emotion und Struktur

Hinzu kommt die Nachfolge ist nicht nur ein juristischer oder ökonomischer Akt – sie ist ein tiefgreifender Transformationsprozess. Zwischen „Loslassen“ auf der einen und „Verantwortung übernehmen“ auf der anderen Seite liegen zahlreiche Fragen: Wie kann Wissen gesichert werden, ohne Innovation zu blockieren? Wie viel Tradition braucht ein modernes Geschäftsmodell? Und wie gelingt es, Vertrauen aufzubauen, ohne Kontrolle auszuüben?

Insbesondere in der Fitnessbranche, die stark von Unternehmerpersönlichkeiten und gewachsenen Kundenbeziehungen geprägt ist, hat die Nachfolge auch eine kommunikative und kulturelle Dimension. Sie entscheidet nicht nur über die wirtschaftliche Zukunft, sondern über die Wahrnehmung eines Unternehmens im Markt – und in vielen Fällen über den Fortbestand eines Lebenswerks. Vielleicht ist auch dies einer der Gründe, warum die Frage der Übergabe nicht selten hinausgezögert wird – teils aus emotionaler Verbundenheit, teils aus Unsicherheit über den idealen Übergabezeitpunkt. Doch eine verspätete Planung erhöht das Risiko von Reibungsverlusten und betrieblichem Stillstand. Ein strukturierter Führungswechsel beginnt nicht mit dem Vertragsentwurf, sondern mit langfristigem Denken in Generationen: Wer sich frühzeitig mit Unternehmenswert, Rollenübergabe und kulturellem Wandel auseinandersetzt, schafft nicht nur Sicherheit, sondern die Grundlage für nachhaltiges Wachstum.

## Übergänge gestalten, statt verwalten

Wie ein solcher Prozess gelingen kann, welche strukturellen, persönlichen und kulturellen Voraussetzungen es braucht und warum der Generationenwechsel eine Chance für beide Seiten sein kann – darüber sprechen Renzo und Nico Kressig im folgenden Interview. ▶

### Literaturliste

Credit Suisse (2022). Unternehmensnachfolge in der Praxis. Verfügbar unter: [https://cfb.unisg.ch/fileadmin/user\\_upload/HSG\\_ROOT/Institut\\_CFB/News/2022\\_Credit\\_Suisse\\_Unternehmensnachfolge\\_in\\_der\\_Praxis.pdf?utm\\_source=chatgpt.com](https://cfb.unisg.ch/fileadmin/user_upload/HSG_ROOT/Institut_CFB/News/2022_Credit_Suisse_Unternehmensnachfolge_in_der_Praxis.pdf?utm_source=chatgpt.com)

KMU-Portal für kleine und mittlere Unternehmen (2025). KMU in Zahlen: Nachfolgeregelungen. Verfügbar unter: <https://www.kmu.admin.ch/kmu/de/home/praktisches-wissen/zahlen-und-fakten%20/kmu-in-zahlen/nachfolgeregelungen.html>



# FITNESS BEGINNT MIT DIESEM FLEX

Smarte Bewegungsanalyse in nur 25 Sekunden und einer Übung –  
mit dem neuen Squat Flexibility Test am Fitness Hub.



VIDEO ANSEHEN



Unternehmensnachfolge bei RKS: Ein Gespräch mit Renzo und Nico Kressig

# „Nachfolge heisst nicht Rückzug, sondern Weitergabe“

Ein Generationenwechsel ist kein akuter Bruch, sondern ein herausfordernder gemeinsamer Weg, den es aktiv zu gestalten gilt. Im Gespräch mit der FITNESS TRIBUNE schildern Renzo Kressig, Gründer der Renzo Kressig Solutions (RKS) GmbH, und sein Sohn Nico, wie Vertrauen, Offenheit und gegenseitiger Respekt aus Erfahrung Zukunft machen.



**FITNESS TRIBUNE: Renzo, RKS ist in der Branche seit vielen Jahren fest etabliert. Wie würdest du den Weg des Unternehmens in wenigen Worten beschreiben?**

**Renzo:** Renzo Kressig Solutions – also die RKS GmbH – ist aus der Praxis entstanden. Ich war immer jemand, der Lösungen gesucht hat – nicht nur Produkte. Über die Jahre hat sich daraus ein Kompetenzzentrum entwickelt: individuelle IT-Lösungen, Zutrittssysteme, Infrastruktur, Projektkoordination. Mittlerweile kommen Kunden mit ihren Projekten zu mir und sagen: „Mach du.“ Und genau das tue ich.

**Renzo, RKS ist dein Lebenswerk. Wann war dir erstmals bewusst, dass du dich mit dem Thema Nachfolge auseinandersetzen musst?**

**Renzo:** Eigentlich nicht an einem konkreten Datum. Irgendwann merkst du einfach: Du hast unglaublich viel aufgebaut, viel erlebt – und irgendwann stellt sich die Frage, was davon bleiben wird. Mir war wichtig, dass das Know-how, die Haltung und auch die Art zu arbeiten nicht einfach verschwinden. Nachfolge heisst für mich nicht Rückzug, sondern Weitergabe.

**Nico, wie war das für dich? Gab es einen Moment, in dem du wusstest: Das könnte mein Weg sein?**

**Nico:** Es war eher ein Prozess als ein Aha-Moment. Ich habe bewusst zuerst meinen eigenen Weg gemacht, eine kaufmännische Ausbildung abgeschlossen und verschiedene Branchen kennengelernt. So konnte ich heraus-

## Renzo Kressig

ist Branchenkenner mit jahrzehntelanger Erfahrung in der Fitness- und Bäderbranche. Als Gründer und Kopf hinter RKS hat er sich auf ganzheitliche Lösungen rund um IT, Zutrittssysteme, Infrastruktur und Projektkoordination spezialisiert. Sein unternehmerischer Ansatz ist stark lösungsorientiert: Kunden erhalten nicht einzelne Produkte, sondern integrierte Gesamtkonzepte.

finden, was mir liegt – und was nicht. Als ich dann gemerkt habe, dass mir in anderen

Jobs Sinn und Identifikation fehlen, wurde mir klar, dass das Familienunternehmen eine echte Chance sein kann. Nicht, weil es bequem ist, sondern weil ich hier gestalten kann und es Bedeutung für mich hat.

### Renzo, viele Unternehmer tun sich schwer mit dem Thema Loslassen. Wie war das bei dir?

**Renzo:** Für mich bedeutet Loslassen nicht, einfach zu verschwinden. Es heisst, Verantwortung abzugeben und trotzdem da zu sein. Nico bekommt eigene Bereiche, eigene Entscheidungen – und auch die Konsequenzen daraus. Vertrauen ist dabei zentral. Ohne das funktioniert keine Nachfolge.

### Nico, wie fühlt es sich an, ein Lebenswerk zu übernehmen – und gleichzeitig eigene Akzente setzen zu wollen?

**Nico:** Es ist Respekt und Chance zugleich. Natürlich spürt man die Verantwortung. Aber mein Vater hat mir von Anfang an klar gemacht, dass ich nicht seine Kopie werden soll. Das nimmt viel Druck raus. Es geht nicht darum, alles eins zu eins zu übernehmen, sondern darum, meinen eigenen Zugang zu finden – auf Basis dessen, was schon da ist. Ich profitiere enorm vom Erfahrungsschatz meines Vaters, aber ich möchte auch meine Stärken einbringen. Themen wie Kommunikation, Social Media oder Strukturierung sprechen meine Generation einfach anders an. Wichtig ist, dass beides Platz hat.

**Renzo:** Genau das ist entscheidend. Wenn man erwartet, dass der Sohn oder die Tochter so tickt wie man selbst, ist das meist zum Scheitern verurteilt. Jede Generation bringt andere Stärken mit – und davon profitiert ein Unternehmen im Wandel der Zeit.

### Wie gestaltet ihr den Übergang konkret?

**Renzo:** Am Anfang war Nico überall dabei. Er hat Kundengespräche miterlebt, Projekte begleitet, zugehört. So konnte er ein Gefühl für die Branche, die Menschen und die Abläufe bekommen. Schritt für Schritt hat er dann eigene Verantwortung übernommen.

**Nico:** Das war extrem wertvoll. Ich konnte beobachten, Fragen stellen und Zusammenhänge verstehen. Mittlerweile gibt es klar definierte Bereiche, die ich selbstständig verantworte. Das gibt Sicherheit – für beide Seiten.

### Renzo, fällt es dir leicht, Entscheidungen zuzulassen, die du selbst vielleicht anders getroffen hättest?

**Renzo:** Ja – gerade weil ich weiss, dass nicht alles von heute auf morgen perfekt laufen muss.

**Nico Kressig** ist die nächste Unternehmergeneration bei RKS. Nach einer kaufmännischen Ausbildung sammelte er Erfahrungen in verschiedenen Branchen, bevor er sich bewusst für den Einstieg in das Familienunternehmen entschied. Heute übernimmt er schrittweise operative Verantwortung und bringt insbesondere neue Impulse in den Bereichen Kommunikation, Struktur und Weiterentwicklung ein.

Fehler gehören dazu. Entscheidend ist, dass man daraus lernt. Vertrauen heisst auch, nicht ständig korrigierend einzugreifen. Ich bin da, wenn ich gebraucht werde, aber ich lasse Raum.

### Nico, wie erlebst du diesen Freiraum?

**Nico:** Als grosses Privileg. Gleichzeitig muss man lernen, Verantwortung auch wirklich anzunehmen und sich nicht einfach darauf zu verlassen, „dass Papa es schon regeln wird“. Wenn ich für einen Bereich oder ein Projekt zuständig bin, gibt es keine Ausreden mehr. Das hilft mir, schneller zu wachsen – fachlich und persönlich.

### Hat sich eure Beziehung durch die Zusammenarbeit verändert?

**Nico:** Ja, definitiv. Wir kommunizieren heute viel direkter und auf Augenhöhe. Im Geschäftlichen gibt es keine Vater-Sohn-Rolle, sondern klare Zuständigkeiten. Das macht es einfacher und professioneller.

**Renzo:** Und ich lerne, Dinge auch mal stehen zu lassen. Nicht jede Entscheidung würde ich heute genauso treffen – aber das muss ich auch nicht. Insgesamt hat die Zusammenarbeit unseren gegenseitigen Respekt gefördert und unsere Beziehung enorm vertieft.

### Renzo, gibt es Momente, in denen du froh bist, dass die nächste Generation langsam übernimmt?

**Renzo:** Absolut. Die Branche verändert sich ra- ■





Neue Umfrage zu den Schweizer Eckdaten gestartet

# Starkes Fundament und neue Perspektiven

**Nach dem erfolgreichen Jahr 2024 stellt sich die Frage, welche Entwicklungen das Betrachtungsjahr 2025 für die Schweizer Fitnessbranche bereithält. Die Vorzeichen stehen gut, dass die Ergebnisse der aktuellen Umfrage neue Benchmarks bei den Branchendaten setzen. Betreiberinnen und Betreiber von Gesundheits- und Fitnessanlagen in der Schweiz können an der Online-Umfrage teilnehmen.**

Mit dem Start der Erhebung zu den „Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2026“ am 12. Januar 2026 richtet sich der Blick der Branche auf das Betrachtungsjahr 2025. Nach Abschluss des Geschäftsjahres steht nun erneut die gemeinsame Aufgabe im Mittelpunkt, belastbare Daten zu liefern, um die wirtschaftliche, strukturelle und gesellschaftliche Bedeutung der Fitness- und Gesundheitsbranche in der Schweiz sichtbar zu machen. Die Eckdatenstudie hat sich in den vergangenen Jahren als wichtiges Instrument etabliert, um die Relevanz der Branche nach innen und aussen darzustellen.

## **Rückblick: Ein starkes Jahr 2024 für die Schweizer Fitnesswirtschaft**

Die Ergebnisse der Vorjahresstudie mit Blick auf das Betrachtungsjahr 2024 zeichnen ein eindrucksvolles Bild einer Branche auf anhaltendem Wachstumskurs. Zum Stichtag 31. Dezember 2024 erzielte die Schweizer Fitness- und Gesundheitsbranche einen Gesamtumsatz von rund 1,3 Milliarden Schweizer Franken. Gleichzeitig trainierten mit 1,37 Millionen Menschen so viele Mitglieder in Fitness- und Gesundheitscentern wie nie zuvor. Damit ist mittlerwei-

Fotos: dynasty – stock.adobe.com | DHFG/BSA



Interessengemeinschaft Fitness Schweiz  
Communauté d'intérêt Fitness Suisse  
Comunità di interessi Fitness Svizzera  
Community of interest Fitness Switzerland



Deutsche Hochschule  
für Prävention und Gesundheitsmanagement  
University of Applied Sciences

le mehr als jede siebte Person in der Schweiz Mitglied in einer entsprechenden Anlage, in der besonders relevanten Altersgruppe der 15- bis 65-Jährigen sogar knapp jede fünfte (swiss active, 2025).

Auch strukturell zeigte sich der Markt äusserst dynamisch. Die Zahl der Fitness- und Gesundheitscenter stieg auf insgesamt 1395 Betriebe an. Wachstum war dabei in allen Segmenten zu beobachten. Neben Einzel- und Special Interest-Anlagen konnte vor allem das Kettensegment absolut betrachtet um 27 Center zulegen. Die steigende durchschnittliche Mitgliederzahl pro Center sowie die weiter zunehmende Trainingshäufigkeit unterstreichen, dass Fitness in der Schweiz fest im Alltag vieler Menschen verankert ist. Im Jahr 2024 kamen die Mitglieder auf eine durchschnittliche Trainingshäufigkeit von 1,4 Trainingseinheiten pro Woche, was auch im internationalen Vergleich einen Spitzenwert darstellt (swiss active, 2025).

### Gesundheit als zentrales Leitmotiv

Im vergangenen Jahr zeigte sich besonders deutlich, dass Gesundheit zwar weiterhin den zentralen Referenzpunkt der Positionierung bildet, Training jedoch mit nur geringem Abstand unmittelbar dahinter rangierte. 35,3 Prozent der Schweizer Fitnesscenter ordneten sich schwerpunktmässig dem Bereich Gesundheit zu, 34,5 Prozent der Betriebe fokussierten sich auf Training zur gezielten Steigerung der körperlichen Leistungsfähigkeit (swiss active, 2025). Diese Annäherung der beiden Schwerpunkte verdeutlicht: Gesundheit und Training lassen sich in der Praxis kaum isoliert voneinander denken. Für viele Mitglieder ist ein ganzheitlicher Ansatz entscheidend, bei dem gesundheitsorientierte Zielsetzungen und wirksames, strukturiertes Training ineinandergreifen. Die Fitnesscenter positionieren sich damit als Anbieter ganzheitlicher Lösungen, in denen Training und Gesundheit funktional miteinander verbunden sind und gemeinsam den Kern moderner Gesundheitsförderung bilden.

### Optimismus trotz steigenden Wettbewerbs

Trotz eines zunehmend intensiven Wettbewerbs blickten die Betreiberinnen und Betreiber ausgesprochen optimistisch in die Zukunft: 90 Prozent der befragten Betriebe rechneten zum Ende des Betrachtungsjahres 2024 mit einer weiteren Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Situation im Jahr 2025. Diese Einschätzung deutet darauf hin, dass sich die Schweizer Fitnessbranche in einem zunehmend wettbewerbsintensiven, zugleich aber tragfähigen Marktumfeld bewegt, in dem klare Positionierung und betriebliche Qualität weiterhin wirtschaft-

lichen Erfolg ermöglichen.

### Start der neuen Erhebung: Eckdaten 2026

Auf diesem starken Fundament startet nun die neue Erhebung „Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2026“. Ziel ist es, die Entwicklungen des Betrachtungsjahres 2025 systematisch zu erfassen und die Erfolgsgeschichte der Branche datenbasiert fortzuschreiben. Die Studie wird erneut gemeinsam vom Branchenverband swiss active, der SAFS Hochschule für Bewegungs- und Gesundheitsmanagement und der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) durchgeführt. Die Datenauswertung erfolgt anonymisiert und wissenschaftlich fundiert.

Alle Betreiberinnen und Betreiber von Fitness- und Gesundheitsanlagen in der Schweiz sind eingeladen, sich an der Online-Befragung zu beteiligen. Jede Teilnahme erhöht die Aussagekraft der Studie und hilft dabei, die Rolle der Fitness- und Gesundheitsbranche als wichtiger Akteur im Bereich Prävention, Bewegung und Gesundheitsförderung in der Schweiz zu untermauern.

Die aktuelle Befragung läuft seit dem 12. Januar 2026 und steht in deutscher, französischer und italienischer Sprache online unter folgendem Link zur Verfügung: <https://www.dhfpg-bsa.de/survey-ch-2026/>



Die Ergebnisse der neuen Eckdatenstudie werden im Sommer 2026 veröffentlicht.



#### Alexander Küstner

Der Mitarbeiter des Teams „Wissenschaft und Forschung“ an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) arbeitet seit seinem Studium der Diplom-Fitnessökonom durchgängig im Fitness- und Gesundheitssektor, unter anderem als Trainer, Studioleiter und Geschäftsführer. Seine langjährige Branchenkenntnis nutzt er in seiner aktuellen Position dazu, neue, praxisrelevante Forschungsthemen zu erarbeiten, mit deren Hilfe ein besseres Markt- und Kundenverständnis möglich wird.

#### Literaturliste

swiss active (Hrsg.). (2025). Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2025. Zürich: Hrsg.

# Wie Fitnessanbieter Qualitop-Audits souverän meistern

**Qualitop-Audits sind mehr als eine Pflicht – sie sind ein strategischer Hebel für Qualität, Sicherheit und Vertrauen. Wer Anforderungen frühzeitig strukturiert umsetzt, klare Prozesse etabliert und Mitarbeitende aktiv einbindet, meistert die Zertifizierung souverän. Das Ergebnis: weniger Stress im Audit, mehr Effizienz im Alltag und eine starke Position im Gesundheitsmarkt.**

Das Qualitop-Audit dient der Sicherstellung von Qualität, Sicherheit und Professionalität in Schweizer Fitness- und Gesundheitsbetrieben. Ziel ist es, ein einheitliches und überprüfbares Qualitätsniveau zu gewährleisten, damit Anbieter von den Krankenkassen anerkannt werden und ihre Mitglieder Anspruch auf Kostenbeteiligungen ihrer Abonnemente erhalten (Qualitop by swiss active 2023a, S. 6–9). Anbieter, die eine Qualitop-Zertifizierung anstreben, müssen die Normanforderungen nicht nur formell erfüllen, sondern deren Umsetzung im Rahmen eines strukturierten Audit-Prozesses nachvollziehbar nachweisen. Wer strukturiert vorgeht, Prozesse klärt und Mitarbeitende aktiv einbindet, sichert sich nicht nur die Zertifizierung, sondern stärkt langfristig Qualität, Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit.

## Qualität entscheidet im Fitnessmarkt

Der Wettbewerb im Fitness- und Gesundheitsmarkt nimmt seit Jahren kontinuierlich zu. Mitglieder und potenzielle Kundinnen und Kunden erwarten heute weit mehr als moderne Geräte und abwechslungsreiche Trainingsangebote.

Professionalität, Sicherheit, Transparenz sowie überprüfbare Qualitätsstandards sind zu zentralen Entscheidungskriterien geworden. Parallel dazu verlangen Krankenkassen für die Anerkennung der Anbieter eine systematische und nachvollziehbare Qualitätsprüfung durch eine Zertifizierungsstelle. (Qualitop by swiss active 2023a, S. 6–9). Qualitop hat sich in diesem Umfeld als etabliertes und anerkanntes Qualitätslabel positioniert. Die Qualitop-Zertifizierung signalisiert Verlässlichkeit, Kundensicherheit und eine strukturierte Qualitätsarbeit. Für viele Betriebe ist Qualitop zudem ein wichtiges Marketinginstrument, da die Zertifizierung Vertrauen schafft und die Sichtbarkeit gegenüber gesundheitsorientierten Kundengruppen erhöht. Gerade bei neuen oder kleineren Anbietern wird das Audit im Rahmen einer Erstzertifizierung häufig als notwendiges Übel wahrgenommen. Die Praxis zeigt jedoch, dass Betriebe, die sich frühzeitig und systematisch mit den Anforderungen auseinandersetzen, nachhaltig profitieren. Das Audit wird so vom reinen Kontrollinstrument zum Impulsgeber für professionelle Betriebsführung (Hoyle 2017, S. 45–48).

Fotos: KI-generiert mit Adobe Firefly. © Adobe, 2026 | Dr. Marcel Scheuchter



### Was im Qualitop-Audit wirklich zählt

Beim Qualitop-Audit werden nicht nur Ordner, Checklisten oder formale Dokumente geprüft. Im Zentrum steht die Frage, wie Qualität im Studioalltag tatsächlich gelebt wird. Der Zertifizierer beurteilt insbesondere die Übereinstimmung zwischen dokumentierten Vorgaben und der praktischen Umsetzung (Qualitop by swiss active 2023a, S. 8–12). Besondere Aufmerksamkeit gilt klaren Verantwortlichkeiten, sicheren und nachvollziehbaren Prozessen sowie dem Nachweis einer kontinuierlichen Verbesserung.

### Mitarbeitende als Schlüssel zum Auditerfolg

Entscheidend ist, dass Regelungen nicht nur existieren, sondern von den Mitarbeitenden verstanden und angewendet werden. Abweichungen entstehen häufig dort, wo Prozesse zwar definiert, aber nicht konsequent umgesetzt oder kommuniziert sind (Hoyle 2017, S. 89–92). Mitarbeitende spielen im Qualitop-Audit eine zentrale Rolle. Ihre Aussagen geben den Auditorinnen und Auditoren wichtige Hinweise darauf, ob Qualitätsvorgaben tatsächlich gelebt werden. Unsichere oder widersprüchliche Aussagen führen häufig zu vertiefenden Prüfungen (Hoyle 2017, S. 156–158).

### Auditvorbereitung: früh beginnen, strukturiert umsetzen

Eine erfolgreiche Auditvorbereitung beginnt nicht wenige Wochen oder Tage vor dem Termin, sondern ist Teil eines kontinuierlichen Qualitätsmanagements. Erfahrungsgemäss entstehen Auditabweichungen vor allem dort, wo Abläufe unklar geregelt sind, Nachweise fehlen oder Mitarbeitende nicht ausreichend eingebunden wurden (Hoyle, 2017, S. 45–48). Der Qualitop-Audit-Prozess gliedert sich in mehrere Phasen: die Anmeldung zur Zertifizierung, die Vorprüfung der Dokumentation durch den Zertifizierer, das Vor-Ort-Audit sowie die Erstellung des Auditberichts als Entscheidungsgrundlage (Qualitop by swiss active 2023b, S. 6–9). Nach Anmeldung zur Qualitop-Zertifizierung erhalten Anbieter eine Checkliste für die erforderliche Dokumentation und Zugang zu diversen Musterdokumenten, die diesen Vorgang erleichtern. Während des Vor-Ort-Audits führt der Zertifizierer Gespräche mit Inhabern, Führungskräften und Mitarbeitenden, verfolgt Prozesse im Alltag und überprüft relevante Nachweise. Eine strukturierte Vorbereitung reduziert nicht nur das Risiko von Abweichungen, sondern sorgt auch für mehr Sicherheit und Gelassenheit im Audit selbst.

### Best Practice: Anforderungen übersichtlich strukturieren

Ein bewährter Ansatz besteht darin, die Qualitop-Anforderungen systematisch zu analysieren und jeder Normforderung einen klar definierten Prozess, ein zugehöriges Dokument sowie eine verantwortliche Person zuzuordnen. Diese Zuordnung schafft Transparenz und erleichtert sowohl die interne Steuerung als auch die externe Prüfung erheblich (Hoyle 2017, S. 112–115). Hilfreich sind einfache Übersichten, die aufzeigen, wie die einzelnen Anforderungen im Betrieb umgesetzt werden. Dadurch wird auch für neue Mitarbeitende schnell

ersichtlich, welche Qualitätsstandards gelten und wer wofür verantwortlich ist.

### Dokumentation mit echtem Mehrwert

Dokumentation ist ein zentrales Element im Qualitop-Audit – jedoch nur dann wirksam, wenn sie den Studioalltag unterstützt. Umfangreiche Regelwerke ohne Praxisbezug führen häufig zu Unsicherheiten, Mehraufwand und kritischen Rückfragen im Audit. Die Dokumentation sollte daher als Führungs- und Steuerungsinstrument verstanden werden (Hoyle, 2017 S. 89–92). Nach der Anmeldung zur Qualitop-Zertifizierung erhalten Anbieter Checklisten sowie Zugang zu Musterdokumenten, die den Aufbau einer auditkonformen Dokumentation erleichtern (Qualitop by swiss active 2023b, S. 10–11). Entscheidend ist jedoch die Anpassung an die individuellen Gegebenheiten des Betriebs.

**Empfehlung:** Es sollte ein zentrales, digitales Ablagesystem erstellt werden, in dem alle relevanten Unterlagen strukturiert abgelegt sind. Dazu zählen unter anderem Organigramme, Ausbildungs- und Weiterbildungsnachweise der Mitarbeitenden, Personalentwicklungspläne, Notfall- und Sicherheitskonzepte sowie Hygiene- und Wartungspläne. Regelmässige Aktualisierungen stellen sicher, dass im Audit jederzeit aktuelle und belastbare Nachweise vorliegen (Hoyle 2017, S. 45–47).

## Fazit

### Gut vorbereitet ist halb zertifiziert

Qualitop-Audits sind weit mehr als eine formale Pflicht. Richtig verstanden und vorbereitet, werden sie zu einem wirkungsvollen Instrument der Qualitätsentwicklung. Fitness- und Gesundheitsanbieter, die die Auditvorbereitung als kontinuierlichen Prozess begreifen, steigern nicht nur ihren Zertifizierungserfolg, sondern stärken nachhaltig ihre Organisation, ihre Mitarbeitenden und ihre Position im Markt (ISO 9001:2015, Abschnitte 10.2–10.3). ■



**Marcel Scheucher**

Der promovierte Betriebswissenschaftler engagiert sich seit über 20 Jahre als Unternehmer in der Fitnessbranche sowie als akkreditierter Zertifizierer für das Label Qualitop. Bei der SAFS ist er Dozent im Fachbereich Management und Mitglied des Hochschulrats.

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

#### Literaturliste

- Hoyle, D. (2017). ISO 9000 quality systems handbook (7th ed.). Routledge.
- International Organization for Standardization (ISO). (2015). ISO 9001:2015 – Quality management systems – Requirements.
- Qualitop by swiss active (2023a). Qualitop-Norm: Anbieter betreut.
- Qualitop by swiss active (2023b). Handbuch Qualitop: Informationen und Ablauf zur Zertifizierung – Anbieter.
- Qualitop by swiss active (2023c). Update zu den Qualitop-Normen 2023. Verfügbar unter: <https://qualitop.ch/update-zu-den-qualitop-normen-2023>

Save the date

## Die LES MILLS® Quarterly Termine 2026 stehen fest

Die LES MILLS® Quarterlies sind seit Jahren ein fixer Bestandteil der Fitnessbranche – und auch 2026 setzen sie wieder klare Impulse für Qualität, Innovation und Weiterentwicklung im Gruppentraining. Nun stehen die Termine für das Jahr fest:

- **Quarterly 1:** 20.–21. März 2026
- **Quarterly 2:** 12.–13. Juni 2026
- **Quarterly 3:** 11.–12. September 2026
- **Quarterly 4:** 04.–05. Dezember 2026

Die Quarterlies richten sich gleichermaßen an Fitnessstudiobetreiber wie an Kursleiter und können sowohl live vor Ort als auch online erlebt werden.

Im Mittelpunkt des Formats stehen die neuesten Releases aller Programme, präsentiert und vermittelt von den National Trainern. Teilnehmende erleben nicht nur die aktuellen Choreografien und Tracks, sondern erhalten wertvolle Einblicke in Technik, Coaching und Umsetzung – ein entscheidender Faktor für hochwertige und sichere Kurse. Gerade in einer Branche, die stark von Motivation, Erlebnisqualität und Community lebt, sind regelmässige Updates

und Weiterbildungen unverzichtbar. Aktuelle Releases sorgen nicht nur für Abwechslung im Kursplan, sondern auch für spürbar mehr Energie auf der Trainingsfläche.

### Investition in Kursleiter zahlt sich aus

Für Betreiber sind die Quarterlies weit mehr als ein Update-Event. Sie sind eine strategische Investition in das Team. Gut ausgebildete, motivierte Kursleiter stehen für Professionalität, Identifikation mit dem Fitnesscenter und langfristige Mitgliederbindung. Gleichzeitig profitieren Mitglieder von modernen, zeitgemässen Kursen – ein klarer Mehrwert für Fitnesscenter in einem zunehmend wettbewerbsintensiven Markt. Die LES MILLS® Quarterlies tragen damit nicht nur zur individuellen Weiterentwicklung bei, sondern stärken auch die Qualität der gesamten Fitnessbranche. Sie verbinden Wissenstransfer, Community-Gedanken, Innovation – und setzen Standards für modernes Group Fitness. Wer auch 2026 auf aktuelle Releases, motivierte Kursleiter und hochwertige Kurserlebnisse setzen möchte, sollte sich die LES MILLS® Quarterly Termine im Kalender vormerken.



Foto: Les Mills Marketing Central

# TECHNOGYM BIOSTRENGTH™



## SUPERIOR RESULTS, FASTER.

Vermeiden Sie die häufigsten Fehler im Krafttraining und holen Sie das Maximum aus Ihrem Workout heraus. Mit dem patentierten Biodrive-System wählen Sie einfach Ihr Trainingsziel und erhalten automatisch den optimalen Widerstand sowie präzises Biofeedback, inklusive der passenden Belastung, dem idealen Bewegungsradius, dem richtigen Tempo und ausreichend Erholungszeit. Biostrength passt sich vollständig an Sie an und ermöglicht bis zu 30 % bessere Ergebnisse in derselben Trainingszeit.

**Technogym Boutique**  
Pelikanstrasse 5, 8001 Zürich  
Tel. 043 558 98 60

**Technogym Showroom**  
Werkstrasse 36, 3250 Lyss  
Tel. 032 387 05 05



Mehr entdecken





SAFS Fachausweis Fitness Berater

## Mehr Qualität, mehr Bindung, mehr Erfolg für Fitnesscenter

Der Fachkräftemangel und steigende Erwartungen der Mitglieder stellen Fitnesscenter vor neue Herausforderungen. Qualifiziertes Personal, das Trainingsexpertise mit Service- und Beratungskompetenz verbindet, wird zunehmend zum entscheidenden Erfolgsfaktor. Genau hier setzt die neue Ausbildung Fitnessberater mit SAFS Fachausweis Basis an und bietet Betreibern einen klaren Mehrwert.

Fitnessberater mit SAFS Fachausweis stehen für fundiertes Wissen, professionelle Betreuung und eine hohe Servicequalität. Sie begleiten Mitglieder individuell vom Einstieg bis zur langfristigen Trainingsmotivation, sorgen für eine sichere Trainingsumsetzung und schaffen echte Begeisterung für Fitness und Gesundheit.

- **Für Betreiber bedeutet das:** höhere Kundenzufriedenheit, stärkere Bindung und eine spürbare Reduktion von Abbrüchen.

Die Ausbildung ist Qualität- anerkannt, was Fitnesscentern zusätzliche Sicherheit in Bezug auf Qualitätsstandards und Anerkennung in der Branche bietet. Absolventen sind breit einsetzbar und übernehmen sowohl Trainingsbetreuung als auch beratende und kommunikative Aufgaben.

- Ein grosser Vorteil für Fitnesscenter, die flexibel und effizient arbeiten wollen.

Das Ausbildungskonzept ist modular aufgebaut und kombiniert drei anerkannte Abschlüsse: Fitness Betreuer, Fitness Referent und Kundenberater. Diese Kombination stellt sicher, dass Absolventen nicht nur fachlich überzeugen, sondern auch im Umgang mit Mitgliedern, im Verkauf und in der Vermittlung von Trainingsinhalten kompetent auftreten.

Die Ausbildung kann innerhalb von acht bis zwölf Monaten absolviert werden, umfasst ca. 110 Lernstunden und setzt auf eine moderne Lernstruktur mit Selbststudium, Online- und Vor-Ort-Phasen sowie einen praxisnahen Transfer in den Fitnesscenteralltag. Über die SAFS Lernplattform erhalten Teilnehmende jederzeit Zugriff auf digitale Inhalte, während der Unterricht in Präsenz und Online direkten Praxisbezug sicherstellt.

Jedes Modul schliesst mit einem Kompetenznachweis ab. Theorie- oder Praxisprüfungen garantieren ein hohes Ausbildungsniveau.

- **Für Fitnesscenter heisst das:** Sie erhalten Mitarbeitende, die geprüft, motiviert und sofort einsetzbar sind.

Mit dem SAFS Fachausweis Fitnessberater investieren Betreiber gezielt in Qualität, Professionalität sowie Zukunftssicherheit und schaffen damit die Grundlage für nachhaltigen Erfolg.





# DUALES STUDIUM IN ZÜRICH!

B. A. FITNESSÖKONOMIE

B. A. FITNESSTRAINING

mit eidg. Abschluss möglich

**Wir unterstützen Sie bei der  
Suche nach dual Studierenden!**



[safs-hochschule.ch/studierende-finden](https://safs-hochschule.ch/studierende-finden)

# VERANSTALTUNGEN

## INFOVERANSTALTUNGEN ZUR BERUFSBILDUNG

- 11.03.2026** SAFS Infoveranstaltung, Zürich und digital
- 11.04.2026** SAFS Infoveranstaltung, Zürich und digital
- 04.05.2026** SAFS Infoveranstaltung, Zürich und digital

Mehr Informationen und Anmeldung unter [www.safs.com](http://www.safs.com)

## INFOVERANSTALTUNGEN ZUM SAFS HOCHSCHULSTUDIUM

- 26.02.2026** SAFS Hochschule Infoveranstaltung, Zürich und digital
- 23.03.2026** SAFS Hochschule Infoveranstaltung, Zürich und digital
- 15.04.2026** SAFS Hochschule Infoveranstaltung, Zürich und digital

Mehr Informationen und Anmeldung unter [www.safs-hochschule.ch/events](http://www.safs-hochschule.ch/events)

## EVENTS

- 21.03. – 22.03.2026** GYMM LES MILLS® EVENT, Basel
- 26.03. – 28.03.2026** Meet the Best, Arosa
- 30.05.2026** HealthEXPO, Basel



### Neuer CEO

## Sensopro ergänzt Geschäftsleitung mit Marc Baumann

Marc Baumann hat am 1. Januar 2026 die operative Führung bei Sensopro übernommen. Mit über zehn Jahren Erfahrung in dynamischen, regulierten Umfeldern soll er Strukturen für nachhaltiges Wachstum schaffen und die internationale Expansion von Sensopro vorantreiben. Vorgänger Jan Urfer fokussiert sich künftig insbesondere auf Markt, Produkt und die internationale Expansion, bleibt aber zentrale unternehmerische Kraft. „Sensopro ist bereit für den nächsten Schritt“, sagt VR-Präsident Urs Berger.



### Erfolgreiches Geschäftsjahr

## Movemi baut Präsenz in der Schweiz aus

Mit rund 290 000 Mitgliedern und 19 Millionen absolvierten Trainings bleibt die movemi AG führend im Schweizer Fitnessmarkt. Die Betreiberin von ACTIV FITNESS und Fitnesspark gewann 25 000 neue Mitglieder, die Nutzungsintensität steigt. Kraft- und Muskelaufbau gewinnen an

Bedeutung, hybride Trainingsformen und vernetzte Geräte prägen den Alltag. Seit Januar 2026 führt Markus Wolf das Unternehmen mit 4300 Mitarbeitenden. Sein Schwerpunkt liegt auf Wachstum, Digitalisierung und Gesundheitsangebote.



**Wachstum auf 26 Standorte**

## Well come FIT AG übernimmt drei Bodystation-Studios

Die well come FIT AG hat zum 1. Januar 2026 die drei Bodystation-Fitnessstudios in Kreuzlingen, Muri und Frauenfeld übernommen. Damit betreibt das Unternehmen nun 26 Studios in der Deutschschweiz, darunter zwei Standorte in Frauenfeld. Die bestehenden Teams, Abonnements und Centerleiter bleiben erhalten. „Mit der Übernahme setzen wir unseren Wachstumskurs konsequent fort“, sagt Inhaber und CEO Tunç Karapalanci. Er verspricht „Training in der bekannten Qualität“. Well come FIT ist seit über 32 Jahren im Schweizer Fitnessmarkt aktiv.



**An zwei Standorten**

## GYYM LES MILLS® Event Basel 2026

Am 21. und 22. März 2026 veranstaltet GYYM Health & Fitness erneut das GYYM LES MILLS® Event. Austragungsort ist Basel. Rund 500 Teilnehmer erwartet ein Programm mit nationalen und internationalen Top-Präsentern sowie den neuesten LES MILLS® Releases. Das Event wird an zwei Standorten durchgeführt: Am Samstag im Alten Kraftwerk, am Sonntag im GYYM Basel. Für den Sonntag sind die Plätze limitiert. Die Kurse können individuell zusammengestellt und einzeln gebucht werden.

Tickets sind erhältlich unter:



Anzeige



**Samstag  
30. Mai 2026**

**HEALTH  
EXPO** BASEL  
2026

**WWW.HEALTHEXPO.CH**



BUZZ Fitness Wien

# Nicht für jeden – **ABER FÜR JEDEN ETWAS**

Text: Moritz Scheidel

**BUZZ Fitness in Wien steht für Training mit Haltung. Auf 1100 Quadratmetern treffen Körperbewusstsein, Gesundheit und innovative Trainingsformate auf persönliche Betreuung, Regeneration und Atmosphäre. Geschäftsführerin Mira und Inhaber Alexander sprachen mit der FITNESS TRIBUNE darüber, wie hier zeitgemässes Training umgesetzt wird, das gerade die Generation ab 40 begeistert.**

Der Boden leuchtet auf.

Eine Frau beschleunigt, bleibt stehen. Vier. Sie läuft zurück. Sieben. Dann wieder zum Start. Eins. Neben ihr ein Mann mit Basecap, gleichmässiger Atem, kontrollierte Bewegung. Erst drei. Fünf. Dann Sechs.

Beide reagieren höchst konzentriert und mit einem angestrengten Lächeln auf die spontanen Lichtimpulse. Die Trainerin bewegt sich zwischen den Stationen, korrigiert eine Fuss-

stellung, stoppt kurz, geht weiter. Sie korrigiert und treibt an, aber jeder macht nur so viel er kann oder möchte. So oder so ähnlich läuft es hier ab: im BUZZ Fitness Wien. Nach fünfzig Minuten endet die Einheit. Einige bleiben stehen, andere gehen die Treppe hinauf.

Am Rand des Raums stehen Mira und Alexander. Sie beobachten das Training. Mira ist Geschäftsführerin, Alexander Inhaber der BUZZ Fitness Lounge. Beide verfolgen die Abläufe ruhig, mit einem Grinsen. Es ist ihr Studio, ihr Konzept,

Fotos: @Fotografin Gabriele Buchmeier

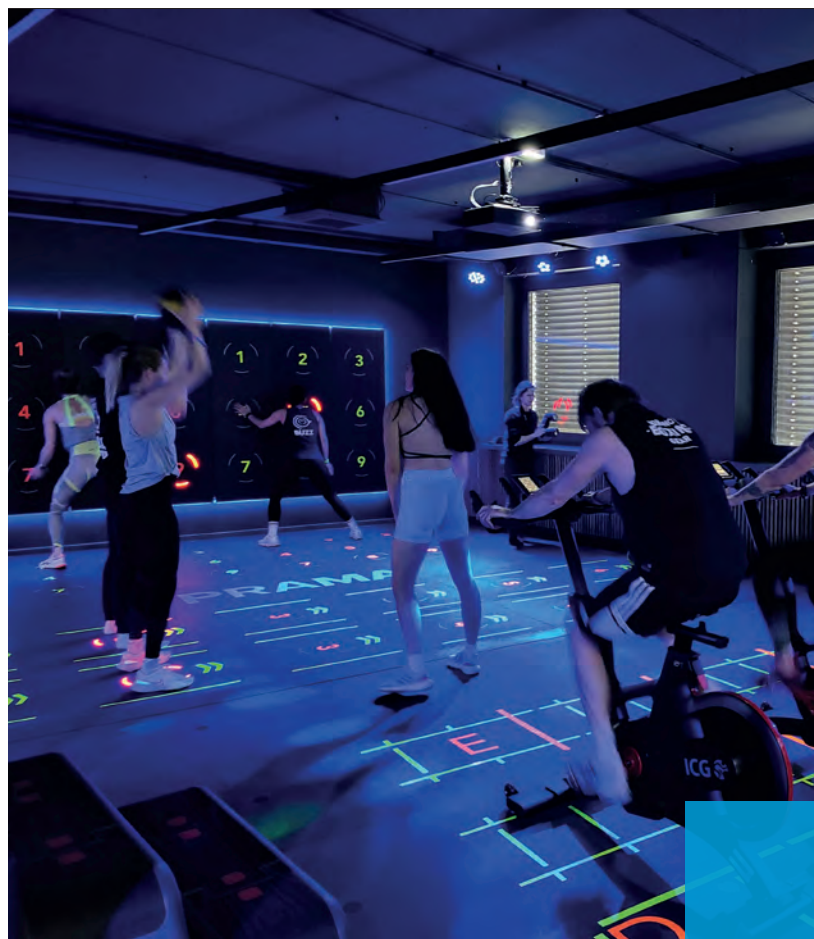


das alles andere als gewöhnlich ist. Und dieser Kurs ist ein zentraler Bestandteil davon. BUZZ Interactive.

### Ein Ort mit einem einzigartigen Angebot

Es ist ein interaktives Zirkeltraining mit Licht- und Sensortechnik. Acht Stationen, ein klarer Ablauf, individuelle Intensität. In dieser Form einmalig in Österreich. BUZZ Interactive basiert auf dem Trainingssystem PRAMA, das ursprünglich aus Spanien stammt und dort vor allem im leistungs- und gruppenorientierten Fitnessbereich eingesetzt wird. Entwickelt wurde das Konzept vom spanischen Sportbodenleger Pavigyim. „Wir haben das Produkt sehr weiterentwickelt, bieten einiges mehr und machen einiges anders als der Standard“, erzählt Alexander.

Anders als klassische Zirkelprogramme arbeitet BUZZ Interactive nicht mit Geräten, sondern mit dem Raum selbst. Lichtimpulse, Sensoren an Wand und Boden sowie eine zentrale Software geben Ablauf, Dauer und Intensität der Übungen vor. Der Raum wird zum Trainingsgerät, die Übungsleiterinnen und Übungsleiter achten, dass die Bewegung sitzen. „Das funktioniert für unterschiedliche Menschen: für jüngere und ältere“, sagt Alexander. „Wir haben Programme, wo man sich austoben kann und auch ruhigere Übungen.“ Insgesamt zählt BUZZ Interactive über 500 Programme. Wer es austesten möchte, könne sich auch eine Tageskarte kaufen. ▶



### Ein Ort, der an ein Café erinnert

BUZZ Fitness liegt im Süden Wiens, im 23. Bezirk. Wohngebiet. Nicht ganz so trubelig. Der Eingangsbereich ist offen, hell, einladend. Auf der rechten Seite gibt es Bänke und Tische. Auch Kaffee, extra für BUZZ Fitness produziert, wird hier serviert – frisch gemahlen und wie vom Barista zubereitet. Im Hintergrund: gedämpfte Stimmen. Gespräche entstehen nicht geplant, nicht forciert, stattdessen nebenbei, wer nicht reden möchte, der schweigt. Geniesst.



„Viele sagen zuerst: Das sieht aus wie ein Café oder die Lounge eines Luxushotels“, sagt Alexander. Dann ergänzt er, fast bei-läufig: „Und wie ein Restaurant.“ Der Raum ist so angelegt, dass Menschen bleiben. Nach dem Training, vor dem Kurs, zwischen zwei Terminen. Im Sommer gibt es Sitzplätze auch draussen.

### Ein Ort, der aus Überzeugung entstand

Die Idee zu BUZZ Fitness entstand aus dem Gefühl, das etwas fehlt. Alexander und Mira hatten über längere Zeit verschiedene Studios in Wien ausprobiert. Hochwertige Anlagen, grosse Ketten, spezialisierte Kurskonzepte. Vieles funktionierte für sich – aber nicht zusammen. Und nicht für sie.

„Wir haben lange geschaut, was es in Wien gibt – und was nicht“, sagt Alexander. „Es gab hochwertige Studios, es gab Studios mit vielen Geräten, es gab auch gute Kursangebote. Aber die Kombination, die wir gesucht haben, gab es in unserer Umgebung nicht.“ Was fehlte? Kein einzelnes Element, sondern ein souveränes Zusammenspiel aus Training, Betreuung, Atmosphäre. „Viele unserer Mitglieder waren vorher noch nie in einem Fitnessstudio“, sagt Mira. „Umso wichtiger ist es, dass sich die Menschen hier wohlfühlen“.

Für beide unterscheidet sich ihr Fitnesscenter eindeutig von den grossen Ketten mit hohem Durchlauf sowie den sehr spezialisierten Boutiqueangeboten. „Wir wollten keinen Gerätepark bauen“, sagt Alexander. „Und wir wollten auch keinen Ort, der nur für eine sehr kleine Zielgruppe funktioniert.“

Die Entscheidung, BUZZ Fitness zu gründen, fiel 2021 – mitten in einer Phase, in der Planbarkeit keine Selbstverständlichkeit war. „Wir haben während Covid angefangen“, sagt Alexander. „Nicht, weil es einfach war, sondern weil wir überzeugt waren, dass es dieses Angebot braucht.“

Von Beginn an war klar: keine Discountpreise, keine maximale Auslastung, keine Beliebigkeit. Stattdessen ein Studio mit persönlicher Ansprache und begrenzter Mitgliederzahl. „Bei 1000 Mitglieder würden wir Stopp sagen“, sagt Alexander. Denn: „Wir wollen nicht, dass es überfüllt.“

### Ein Ort, an dem jeder willkommen ist

Bis zur Eröffnung vergingen rund anderthalb Jahre. Genehmigungen, Umbauten, Detailarbeit. Schweiss und Tränen.

„Viele Architekten konnten sich nicht vorstellen, was wir wollten“, sagt Mira. Standardlösungen wurden immer wieder vorgeschlagen – viele Geräte, schnelle Wege, maximale Fläche. „Uns wurde gesagt: Das muss günstiger, schneller, grösser sein. Genau das wollten wir nicht.“

Am Ende gestalteten Mira und Alexander das Studio weitgehend selbst. Im November 2023 öffnete BUZZ Fitness auf rund 1100 Quadratmetern mit Trainingsflächen über mehrere Etagen, darunter je zwei grosse Kurs- und Krafräume, ein Cardibereich und Indoor Cycling. Grosszügige Luxusumkleiden und ein weitläufiger Garten runden das Ambiente ab.

Der Altersdurchschnitt liegt bei etwa 40 Jahren. Jüngere Mitglieder kommen ebenfalls, aber in geringerer Zahl. Dass der Durchschnitt nicht niedriger ist, liegt für Alexander „vielleicht am Preis, vielleicht am Bewusstsein“. Genau festlegen kann er sich nicht. Klar ist: „Hier kann jeder trainieren, der Bewusstsein für Gesundheit hat und das Ziel hat, fit zu werden“, sagt Alexander. „Ungeachtet des Alters.“

Wer kommt, bleibt gern. Mitglied. Teil der Community. Die meistgebuchte Option ist die Jahresmitgliedschaft für 1500 Euro. Auch flexible Monatsmodelle, Tageskarten oder Zehner-tickets bietet das Fitnesscenter an. Wer Personal Training möchte, kann es buchen. „Für das Gebotene haben wir im Vergleich sehr attraktive Preise. Wir bieten viel – Betreuung, Qualität, Zeit“, sagt Alexander. Premium bedeutet bei BUZZ Fitness ein hohes Preis-Leistungs-Verhältnis. „Wir verkaufen keine Show“, sagt Alexander. „Wir verkaufen Qualität und Erfolg, sowie ein unvergleichliches Familyfeeling.“

### Ein Ort, der Training neu denkt

Beim Trainingsangebot kommen die Mitglieder voll auf ihre Kosten. Einen zentralen Bestandteil bilden die Gruppenkurse. Yoga, Pilates, Spinning, Rücken- und Kraftformate sowie funktionelles Training gehören dazu. Von ruhiger über anstrengender bis superintensiv: das Repertoire ist breit gefächert. „Viele unserer Mitglieder kommen hauptsächlich wegen der Kurse“, sagt Mira. „Andere wiederum kombinieren diese mit freiem Training oder Cardio.“

Auch eine elektrische Doppel-Kältekammer gibt es, sowie seit neuestem eine Rotlichttherapie. „Rot- und Nahinfrarotlicht wirken direkt auf die Zellen. Die Durchblutung wird angeregt, der Stoffwechsel aktiviert. Das unterstützt die Regeneration, löst Verspannungen und sorgt dafür, dass sich auch die Haut sichtbar erholt“, erklärt Mira.

Darüber hinaus setzt BUZZ Fitness im Regenerationsbereich auf ein sogenanntes Collarium. „Das ist gut für die Haut und die Hautalterung, sorgt für eine sanfte Bräune und verhindert, dass es am Ende aussieht wie beim typischen Solariumbräuner“, sagt Alexander. Denn anders als ein klassisches Solarium arbeitet dieses System mit schonendem Collagenlicht.

### Ein Ort mit sportwissenschaftlichem Anspruch

Das Collarium steht in einer Reihe mit Angeboten wie Kältekammer und Rotlicht als Teil eines erweiterten Verständnisses von Regeneration, das über das eigentliche Training hinausgeht. Wie bei allen zusätzlichen Anwendungen gilt auch hier: Nutzung nach Einschätzung, nicht als Selbstbedienung. „Wir haben uns sehr intensiv mit dem Thema Regeneration beschäftigt“, sagt Mira. „Und wir glauben, dass diese Anwendungen für viele Menschen mehr bringen.“ Vor jeder Nutzung findet ein Gespräch statt. „Wir erstellen eine Einschätzung“, sagt sie. Zeigen sich Auffälligkeiten, wird das Training nicht fortgesetzt. „Wir stellen fest, wir diagnostizieren nicht“, ergänzt Alexander. „Und wenn wir uns nicht sicher sind, empfeh-



len wir, vorher mit einem Arzt zu sprechen.“ Das gilt etwa bei Schulter- oder Rückenproblemen.

„Wir arbeiten mit einer sehr umfangreichen 3D-Körperanalyse“, sagt Alexander. Das ist fest im Konzept verankert. Gemessen werden Haltung, Beweglichkeit, Herz-Kreislauf-Werte und Veränderungen über Zeit. Die Ergebnisse dienen als Grundlage für Trainingspläne und Gespräche. „Das hilft vielen, ihren Körper besser zu verstehen“, erklärt Alexander. „Und es macht Fortschritte sichtbar.“

Apropos Fortschritte: Zukunftspläne hat das BUZZ Fitness um Mira und Alex sowie Studioleiter Toma auch schon. ▶

### Über das Führungstrio bei BUZZ Fitness

Alexander (links) und Mira beschäftigen sich seit mehreren Jahren mit der Frage, wie zeitgemässes Training aussehen kann. Mit BUZZ Fitness haben sie in Wien ein Studio geschaffen, das bewusst andere Akzente setzt als das klassische Fitnesskonzepte tun. Alexander bringt unternehmerische Erfahrung ein, Mira verantwortet neben Studioleiter Toma als Geschäftsführerin den operativen Betrieb. Statt Masse setzen das Trio auf Qualität – mit begrenzter Mitgliederzahl, festangestellten Mitarbeitenden und einem klar strukturierten Angebot. BUZZ Fitness versteht sich dabei nicht nur als Trainingsfläche, sondern als Gesundheitsraum mit Haltung. „Wir haben uns einen Traum verwirklicht“, sagen Mira und Alexander.



Die beiden überlegen, ob sie das Konzept weiterausbauen: mit Chiropraktik oder therapeutischer Massage. Auch ein Orthopäde könnte sich niederlassen. Räumlichkeiten wären vorhanden.

### Ein Ort, an dem Kompetenz verinnerlicht wird

Zwölf festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind aktuell bei BUZZ Fitness tätig. „Wir arbeiten ausschliesslich mit Festanstellungen“, sagt Mira. „Unsere Angestellten sollen unser Konzept nicht nur verstehen, sie sollen es verinnerlichen.“ Professionelle Trainingsberatung und Service auf Top-niveau sind das Ergebnis.

Die Studioleitung um Toma und Geschäftsführerin Mira unterstützt Fortbildungen aktiv. „Wer sich fachlich weiterentwickeln möchte, kann das tun“, sagt sie. Alexander liefert ein Beispiel: „Eine Mitarbeiterin ist den ganzen Februar in Indien und vertieft dort ihr Yogawissen. Es gibt ja verschiedene Yogarichtungen – das unterstützen wir. Und genauso unter-

stützen wir es, wenn jemand nebenbei ein Studium machen möchte.“ Aktuell arbeitet ein Student für BUZZ Fitness.

### Ein Ort mit Visionen

Je länger das Gespräch dauert, desto deutlicher zeichnet sich ein Bild: BUZZ Fitness ist kein Studio für jeden. Aber ein Ort, der für jeden etwas hat. Womöglich auch ausserhalb von Wien? Anfragen für weitere Standorte gibt es; auch aus dem Ausland, sagt Alexander. Vielleicht geht es nach Zypern, vielleicht nach Dubai. Noch ist nichts fix. Das Augenmerk liegt derzeit auf dem Bestehenden. Auf Wien. „Wir wollen diesen Ort weiter stabilisieren“, sagt er. „Und das, was wir hier machen, an die Spitze führen.“

Die Menschen fühlen sich gut aufgehoben. Ob im Trainingsraum, in der Kältekammer, bei einer Tasse Kaffee nach Barista-Art – oder bei einer Runde BUZZ Interactive.

Sieben, Vier, Zwei.

Fotos: @Fotografie Gabriel Buchheiner



### Über das Studio

BUZZ Fitness eröffnete im November 2023 im Süden Wiens. Auf rund 1100 Quadratmetern bietet das Studio ein ganzheitliches Trainingskonzept mit individuellem Coaching, Körperanalysen und einem breiten Kursangebot. Ein Team aus zwölf festangestellten Mitarbeitenden sorgt für persönliche Betreuung und klare Strukturen. Das Angebot reicht von Kraft- und Ausdauertraining über innovative Formate wie Buzz Interactive bis hin zu Gruppenkurse, auf die der Hauptfokus liegt. Darüber hinaus bietet BUZZ Fitness einen grossen Regenerationsbereich mit Kältekammer, Rotlicht- und Kollagenanwendungen an.

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



**Erfolgreich Personal finden**



**JOBFITNESS**.ch

**Das NO.1 Fitness Stellenportal der Schweiz!**



### Fitnesswirtschaft Österreich

## Kurzumfrage zur Branchenentwicklung

Nachdem die Fitnesswirtschaft Österreich in den Jahren 2023 und 2024 im Rahmen einer umfassenden Eckdatenstudie erstmals beleuchtet worden ist, wird das Betrachtungsjahr 2025 über eine Kurzumfrage erhoben. Ziel ist es, die zentralen Kennzahlen wie Anlagen-, Mitglieder- und Umsatzzahlen sowie Check-ins zu erfassen und deren Entwicklung abzubilden.

Die Umfrage wird von der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) durchgeführt. Teilnehmen kann jeder, der in Österreich mindestens eine Fitnessanlage betreibt.



Hier geht's zur Umfrage:



### Drei Tage pure Power

## Creapure® HYROX Vienna kommt nach Wien!

Vom 6. bis 8. Februar 2026 wird Wien zum Hotspot für Athletik, Ausdauer und Adrenalin. Das ultimative Fitnessrennen Creapure® HYROX Vienna kehrt ins Herz Europas zurück. Diesmal noch spektakulärer. Egal, ob Einsteiger oder Profi: Das einzige HYROX-Rennen in Österreich bietet drei Tage lang die besondere Möglichkeit, sich selbst herauszufordern und Teil des weltweit am schnellsten wachsenden Fitnessformats zu werden.

[www.hydrox.com/event/hydrox-vienna/](http://www.hydrox.com/event/hydrox-vienna/)

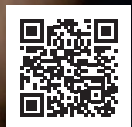


# Mehr Know-how. Mehr Erfolg.

Mit den SAFS Workshops!

**JETZT ABO  
SICHERN AB  
480.00 CHF**

[safsweiterbildung.ch](https://safsweiterbildung.ch)



INFOS &  
ANMELDUNG

FIBO Congress – jetzt Tickets sichern

# EIN BRANCHENHIGHLIGHT

Am 16. und 17. April 2026 trifft sich die Fitness- und Gesundheitsbranche auf dem FIBO Congress im Confex auf dem Messegelände Köln. Die Teilnehmenden erwarten ein kompaktes und hochwertiges Fachprogramm mit über 40 Vorträgen sowie viel Raum für Networking und fachlichen Austausch.



Foto: DHFG/BSA

10 – 12 APR 25  
**FIBO**  
CONGRESS

Der FIBO Congress als einer der führenden Kongresse für Professionals sowie Fach- und Führungskräfte der Fitness-, Präventions- und Gesundheitsbranche wird auch in diesem Jahr wieder im Rahmen der internationalen Leitmesse für Fitness, Wellness und Gesundheit, der FIBO, ausgerichtet.

### Neu: kompaktes Zwei-Tages-Format

2026 findet der Congress konzentriert auf die Fachbesuchertage am Donnerstag und Freitag (16.–17. April 2026) statt. Damit setzen die Veranstalter klar auf fokussierten Wissenstransfer und effiziente Netzwerkmöglichkeiten, was perfekt für Fachleute geeignet ist, die mit kompaktem Zeitbudget maximale Inhalte mitnehmen wollen.

### Inhalte mit Zukunft:

#### Training, BGM, Ernährung, KI, Longevity und mehr

Das Vortragsprogramm umfasst über 40 praxisnahe und zukunftsorientierte Sessions und liefert dem Publikum dabei Inhalte aus der Praxis für die Praxis – Teilnehmende können die Impulse damit direkt in ihren Berufsalltag übernehmen und umsetzen. Bewährte Themen wie Training, Ernährung, Betriebliches Gesundheitsmanagement, Mental/Coaching und Management werden erweitert um gefragte Zukunftsfelder wie unter anderem KI in der Fitnessbranche, Longevity und nachhaltige Gesundheitskonzepte. Damit adressiert der FIBO Congress exakt die Herausforderungen und Chancen einer sich wandelnden Branche.

### Bewährte Organisation durch DHfPG/BSA

Wie in den Jahren zuvor übernehmen die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und die BSA-Akademie unter Federführung der FIBO die Organisation und Durchführung des Kongresses. Die beiden Bildungsunternehmen sind aufgrund ihrer über 40-jährigen Erfahrung im Bildungs- und Kongressbereich absolute Topspezialisten in der Eventplanung.

### Bewährte Location: Confex/Koelnmesse

Der FIBO Congress findet erneut im modernen Confex der Koelnmesse statt. Das Confex liegt zentral, gut erreichbar und ist perfekt auf Messe und Kongress abgestimmt. Teilnehmer profitieren vom bewährten Zugang über das Confex-Gebäude, das ein effizientes Ein- und Auschecken ermöglicht.

### Networking und Austausch in der Kongress-Lounge und Speakers Corner

Auch 2026 bietet der FIBO Congress Raum für Austausch: In der Kongress-Lounge können sich die Teilnehmenden mit Kollegen und Kolleginnen, Branchenteilnehmern und Referierenden vernetzen sowie in der Speakers Corner direkt mit

Vortragenden austauschen. Dabei haben sie unkomplizierte Möglichkeiten, Fragen zu klären und Kontakte zu vertiefen.

### Von FIBO und FIBO Congress profitieren

Interessierte können die Veranstaltungstage einzeln buchen und erhalten mit allen Tickets sowohl Zugang zur FIBO als auch zum FIBO Congress. Dadurch erhalten Besucherinnen und Besucher neben dem fachlichen Input beim FIBO Congress auch die Chance, sich auf der Messe über Innovationen und Trends in der Industrie zu informieren. Personen, die schon ein FIBO-Ticket haben, können den FIBO Congress zu attraktiven Konditionen hinzubuchen. FIBO und FIBO Congress – die ideale Kombination für alle Fachbesucher!

### Warum sich eine Teilnahme beim FIBO Congress 2026 lohnt

- **Fokus auf Zukunft:** Mit Themen wie KI und Longevity setzt der FIBO Congress strategische Impulse für das eigene Unternehmen – gerade in Zeiten, in denen Prävention, Gesundheit und nachhaltige Fitnesskonzepte an Bedeutung gewinnen.
- **Effizient und kompakt:** Zwei Tage mit einem intensiven Programm aus über 40 Vorträgen sind ideal für Berufstätige und Entscheider, die maximale Inhalte bei minimalem Aufwand suchen.
- **Praxisnah und umsetzbar:** Alle Vorträge sind auf die tägliche Praxis ausgelegt, wodurch die gewonnenen Impulse direkt in die eigene Arbeit oder Unternehmung überführt werden können.
- **Netzwerk und Sichtbarkeit:** Die Kombination aus Messe und FIBO Congress öffnet Türen zu neuen Kontakten, Kooperationen und Marktchancen.

### Jetzt schnell Tickets sichern

Ob für Trainer, Studiobetreibende, Gesundheitsmanagerinnen oder Berater: Der FIBO Congress liefert Wissen, Kontakte und Inspiration für den nächsten Schritt in der Branche.

Jetzt die Gelegenheit nutzen und Tickets für den FIBO Congress 2026 sichern.

FIBO Congress und FIBO 2026 – die Chance auf Weiterbildung, Trends und neue Verbindungen!

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





## #BEACTIVE DAY

Abschlussveranstaltung in Brüssel

# Rekordergebnisse beim #BEACTIVE DAY

**Am 4. Dezember 2025 hat im Europäischen Parlament die fünfte Abschlussveranstaltung des #BEACTIVE DAY in Brüssel stattgefunden, die im Rahmen der Initiative „Exercise for Health 2025“ von EuropeActive ausgetragen wurde. Ein Rückblick auf die vergangene Kampagne machte deutlich: Der #BEACTIVE DAY war ein voller Erfolg.**

Die von der Europaabgeordneten Nina Carberry im Europäischen Parlament ausgerichtete Abschlussveranstaltung des **#BEACTIVE DAY** am 4. Dezember 2025 in Brüssel markierte einen Meilenstein in der Geschichte der Kampagne. Sie wurde zur bislang erfolgreichsten Ausgabe und erreichte durch ein innovatives Format neue Zielgruppen. Die Abschlussveranstaltung, die später im Stanhope Hotel fortgesetzt wurde, fand im Rahmen der Initiative Exercise for Health 2025 (EfH) von EuropeActive statt.

Die fünfte Abschlussveranstaltung des **#BEACTIVE DAY** wurde in den Exercise for Health Summit 2025 integriert. Diese strategische Entscheidung spiegelte den zunehmenden Fokus der Kampagne auf Gesundheit und die wachsende Anerkennung von körperlicher Aktivität als Priorität im Bereich der öffentlichen Gesundheit wider.

### Eine Kampagne mit wachsender Reichweite und Relevanz

Mit Tausenden von Veranstaltungen pro Jahr in Fitnesszentren,

Schulen, Parks, Arbeitsstätten und öffentlichen Räumen setzt **#BEACTIVE DAY** die politischen Ziele der EU auf lokaler Ebene in konkrete Massnahmen um. Durch die Einbettung der Abschlusskonferenz der Kampagne in die Veranstaltung Exercise for Health Summit wurden diese Erfolge an der Basis direkt den politischen Entscheidungsträgern und Gesundheitsverantwortlichen der EU präsentiert.

Das kombinierte Format führte zu einem klaren Win-win-Ergebnis. Der **#BEACTIVE DAY 2025** profitierte von einem hochrangigen institutionellen Rahmen und einer branchenübergreifenden Präsenz, während der „Exercise for Health Summit“ durch Beispiele aus der Praxis gestärkt wurde, die zeigten, wie integrative Initiativen zur Förderung körperlicher Aktivität in ganz Europa umgesetzt werden.

### Rekordergebnisse für 2025 vorgestellt

Während der Veranstaltung wurden die Ergebnisse der Kampagne 2025 mit der Vorstellung der neuen Broschüre zum **#BEACTIVE DAY** offiziell bekannt gegeben:

- 22 teilnehmende Länder
- 25 778 organisierte Veranstaltungen
- 829 707 Teilnehmer
- 13,6 Millionen erreichte Menschen durch Kommunikationsmassnahmen

„Diese Ergebnisse zeigen das unglaubliche Engagement unserer nationalen Verbände und lokalen Organisatoren sowie die wachsende Anerkennung von körperlicher Aktivität als Eckpfeiler der öffentlichen Gesundheit“, sagte Anna Harvan in ihrer Rede.

### **Bewegung für die Gesundheit im Mittelpunkt der Kampagne**

Die Ausgabe 2025 legte einen starken Schwerpunkt auf gesundheitsfördernde körperliche Aktivität (HEPA) und hob die Bedeutung regelmässiger Bewegung für die Prävention und Behandlung nichtübertragbarer Krankheiten (NCDs) hervor. Durch die Förderung angepasster, zugänglicher und inklusiver körperlicher Aktivität zeigte die Kampagne, wie Bewegung langfristig die Gesundheit fördern, die Lebensqualität verbessern und die Belastung der Gesundheitssysteme verringern kann. Das Kernthema unterstrich die Botschaft, dass körperliche Aktivität nicht nur eine Frage des Lebensstils ist, sondern auch ein wichtiger Bestandteil wirksamer Strategien im Bereich der öffentlichen Gesundheit.

In allen teilnehmenden Ländern wurden im Rahmen der **#BEACTIVE DAY**-Veranstaltungen integrative Ansätze für körperliche Aktivität vorgestellt, die Menschen mit Behinderungen, ältere Erwachsene, junge Menschen und Menschen mit chronischen Erkrankungen durch massgeschneiderte und unterstützende Programme in einer Vielzahl von kommunalen Einrichtungen einbezogen.

Seit 2022 wird der **#BEACTIVE DAY** durch eine Reihe kostenloser Inklusionsleitfäden unterstützt, die praktische Ressourcen bereitstellen, um Organisatoren bei der Gestaltung einladender und barrierefreier Aktivitäten zu helfen. Diese Leitfäden befassen sich mit wichtigen gesellschaftlichen Bedürfnissen, darunter die Inklusion von Frauen und Mädchen, die generationsübergreifende Teilhabe, die Barrierefreiheit für Menschen mit Behinderungen und die ökologische Nachhaltigkeit.

### **Ausblick: Psychische Gesundheit und Wohlbefinden im Jahr 2026**

Aufbauend auf der Dynamik des Jahres 2025 wird sich die nächste Ausgabe des **#BEACTIVE DAY** auf psychische Gesundheit und Wohlbefinden konzentrieren und als wesentlichen Bestandteil der allgemeinen Gesundheit und Lebensqualität anerkennen.

Körperliche Aktivität ist einer der wirksamsten und am leichtesten zugänglichen Schutzfaktoren für die psychische Gesundheit. In ganz Europa lebt etwa jeder Sechste mit einer psychischen Erkrankung, die nach wie vor zu den Hauptursachen für eine verminderte Lebensqualität, insbesondere auch bei jungen Menschen, zählt. Es gibt immer wieder Belege dafür, dass regelmässige körperliche Aktivität Symptome von Angstzuständen und Depressionen lindern, den Schlaf und die kognitiven Funktionen verbessern, emotionale Widerstandsfähigkeit aufbauen und soziale Bindungen stärken kann.

Im Rahmen der Kampagne 2026 wird EuropeActive die Organisatoren durch spezielle Massnahmen unterstützen, darunter Workshops, Expertensitzungen und die Veröffentlichung eines Leitfadens für psychische Gesundheit und Wohlbefinden im Frühjahr 2026. Dieser wird praktische Anleitungen für den Fitness- und Bewegungssektor enthalten, wie alltägliche Umgebungen das psychische Wohlbefinden auf verantwortungsvolle und sinnvolle Weise besser unterstützen können.

Der **#BEACTIVE DAY** steht allen offen. Von Universitäten und Gemeindezentren bis hin zu Fitnessstudios, Outdoor-Sportanlagen und Personal Trainern – jede Organisation und jede Einzelperson kann sich mit einer kostenlosen und inklusiven Aktivität beteiligen. Als Organisatoren schliessen sich die Teilnehmer einer europaweiten Kampagne an, die körperliche Aktivität als wirksames Mittel für psychische Gesundheit, Wohlbefinden und soziale Kontakte fördert. Organisationen und Einzelpersonen, die sich an der **#BEACTIVE DAY**-Kampagne beteiligen und das Kampagnen-Toolkit erhalten möchten, wenden sich bitte an Anna Harvan (Kampagnenmanagerin bei EuropeActive) unter [anna.harvan@europeactive.eu](mailto:anna.harvan@europeactive.eu) ■





**Playlist und EGYM fusionieren**

**7,5 Milliarden US-Dollar für globale Wellnesstechnologie**

EGYM und Playlist, Muttergesellschaft von Mindbody, Booker und ClassPass, haben eine Fusion angekündigt. Das kombinierte Unternehmen wird mit 7,5 Milliarden US-Dollar (rund 6,4 Milliarden Euro) bewertet. Im Rahmen der Transaktion werden 785 Millionen US-Dollar (rund 677 Millionen Euro) frisches Kapital unter der Führung von Affinity Partners bereitgestellt.

EGYM wird künftig als Tochterunternehmen ins Playlist-Portfolio integriert, alle Marken bleiben bestehen. Ziel ist der Aufbau einer vernetzten Plattform für Wellnesstechnologie, die Software, intelligente Fitnessgeräte, Buchungssysteme und Firmenfitnesslösungen bündelt. Fritz Lanman, CEO von Playlist, und Philipp Roesch-Schlenderer, CEO von EGYM, stehen künftig an der Spitze der neuen Gruppe. Die Mittel sind vor allem für den Ausbau von KI-Anwendungen und die internationale Expansion vorgesehen. EGYM plant eine stärkere Präsenz in Nordamerika und Asien, während Playlist seine Marktposition in Europa durch die Fusion stärkt.

Mit der Integration wollen die Unternehmen eine globale Infrastruktur schaffen, die präventive Gesundheitslösungen, vernetzte Trainingsgeräte und personalisierte Trainingspläne kombiniert. Die Fusion soll Fitnessstudios, Arbeitgebern und Endkunden gleichermaßen zugutekommen und die Skalierung von digitalen und physischen Angeboten erleichtern. Der Abschluss der Transaktion steht noch unter behördlicher Genehmigung.

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



**lifefit group**

**Seit Jahresbeginn**

**Dr. Nick Weinberger neuer CFO der LifeFit Group**

Die LifeFit Group hat Dr. Nick Weinberger zum neuen Chief Financial Officer (CFO) ernannt. In dieser Rolle verantwortet er seit dem 1. Januar 2026 die Bereiche Finance, Controlling sowie IT. Zu seinen Aufgaben zählen u. a. der Aufbau skalierbarer Strukturen, die Unternehmensfinanzierung sowie die Betreuung von Investor Relations. Dr. Weinberger verfügt über umfangreiche Erfahrung in der Finanz- und Unternehmensführung. Zuletzt war er als CFO bei der RH Diagnostik und Therapie GmbH tätig, einem Unternehmen mit Buy-and-Build-Strategie. Davor arbeitete er als Finanzvorstand bei Windeln.de. Zuvor war er mehrere Jahre im Investmentbanking bei Goldman Sachs. „Mit Dr. Weinberger gewinnen wir einen erfahrenen Finanzexperten, der unsere Wachstumsstrategie optimal unterstützt“, teilte die LifeFit Group mit. Mit der Personalie möchte das Unternehmen die weitere Entwicklung der Finanz- und IT-Strukturen vorantreiben und sich für die kommenden Herausforderungen im Fitness- und Gesundheitsmarkt strategisch rüsten. Zur LifeFit Group gehören Fitness First, Barry's und YogaSix.

[www.lifefit-group.com](http://www.lifefit-group.com)

Fotos: EGYM SE | LifeFit Group MidCo GmbH | barthok - stock.adobe.com



Health & Fitness Association (HFA)

## Fitnesselite trifft sich im London Stadium

Die HFA lädt vom 24. bis 26. September 2026 zum 23. HFA European Congress ins historische London Stadium ein. Top-Fitnessführer aus über 35 Ländern kommen zusammen, tauschen sich aus, lernen von Experten und erkunden innovative Clubs. Mit einem Anteil von fast 75 Prozent Führungskräften bietet der Kongress wertvolle Einblicke in Trends und Chancen des europäischen Fitnessmarkts. London wird damit erneut zur grossen Bühne für Networking, Wissen und Inspiration.

[www.healthandfitness.org](http://www.healthandfitness.org)

## VERANSTALTUNGEN

### EVENTS

- 10.03. – 13.03.2026** Meet the Top, Protur Biomar Resort, Mallorca
- 16.03. – 18.03.2026** The HFA Show, San Diego, USA
- 16.04. – 19.04.2026** FIBO Köln, Deutschland
- 17.06. – 18.06.2026** Active Leadership Forum, Amsterdam, Niederlande
- 24.09. – 26.09.2026** HFA European Congress, London, England
- 09.10. – 10.10.2026** Aufstiegskongress, Mannheim, Deutschland

Anzeige

# IHR PARTNER FÜR SPA UND WELLNESS

**STARPOOL**

wellness concept



**SweetSteam Pro — SweetShower — SweetSauna Pro**

Schaffen Sie in Ihrer Einrichtung eine Wellness-Oase mit der Starpool Sweet Collection.

Fimex Distribution AG | Werkstrasse 36 | 3250 Lyss | 032 387 05 05 | [info@fimex.ch](mailto:info@fimex.ch) | [www.starpool.com](http://www.starpool.com)



Die Stoss-Richtung

## Bewegung schafft Begegnung

**Fitnesscenter sind heute mehr als Trainingsräume. Sie werden zu sozialen Treffpunkten, in denen Jung und Alt gemeinsam trainieren, sich inspirieren und voneinander lernen. Wer dieses Potenzial nutzt, schafft Gemeinschaft, Bindung und nachhaltigen Erfolg.**

Liebe Führungskräfte der Fitnessbranche: Wer heute ein Schweizer Fitnesscenter betritt, betritt nur selten eine einfache Trainingsstätte. Er betritt ein Abbild unserer Gesellschaft – erstaunlich durchmischt, erstaunlich diszipliniert und deutlich weniger altersgetrennt, als es viele Marketingkonzepte noch immer vermuten lassen.

Hier trainieren Menschen unterschiedlichster Generationen Seite an Seite – und oft völlig selbstverständlich. Was früher

ein Nebeneinander war, wird immer häufiger zu einem aktiven Miteinander. Die sozialen Berührungspunkte zwischen Jung und Alt, zwischen Anfänger und Athlet, zwischen Digital Native und Offline-Trainer schaffen neue, generationenübergreifende Dynamiken.

Fitnesscenter sind längst mehr als Orte des Schwitzens – sie sind Orte des Austauschs, der gegenseitigen Inspiration und der Gemeinschaft geworden. Wer sie richtig versteht, macht

aus seinem Studio einen generationsverbindenden Knotenpunkt mit gesellschaftlicher Strahlkraft – einen Ort, der nicht trennt, sondern verbindet.

Nutzen wir dieses Potenzial! Denn in einer Zeit, in der viele gesellschaftliche Bereiche auseinanderdriften, kann die Fitnessbranche zeigen, wie gelebte Vielfalt funktionieren kann.

### **Vom Trainings- zum Sozialraum**

Zwischen Freihandelnbereich, Zirkeltraining und Functional-Zone treffen Lifestyles aufeinander, die unterschiedlicher kaum sein könnten – und sich doch einen Raum teilen. Junge Erwachsene trainieren mit Fokus auf Performance, Ästhetik und Effizienz. Daneben Menschen, die Beweglichkeit erhalten, Schmerzen reduzieren oder schlicht möglichst lange selbstständig bleiben wollen. Die einen optimieren ihre Leistung, die anderen ihre Lebensqualität. Unterschiedliche Ziele, gleiche Matte. Statt Generationentrennung zeigt sich im Trainingsalltag etwas sehr Schweizerisches: ein anfängliches stilles Nebeneinander, das mit der Zeit zu einem Miteinander wird.

### **Angebote, die verbinden – nicht spalten**

Noch vor wenigen Jahren präsentierten sich viele Studios funktional und zweckorientiert. Gewichte, Maschinen, Laufbänder – wenig Atmosphäre, kaum Individualisierung. Fitness war Mittel zum Zweck. Heute dagegen ist Training Erlebnis, Motivation und soziale Erfahrung zugleich. Boutiquestudios, CrossFit®-Boxen oder Yoga-Oasen setzen auf klare Profile, persönliche Betreuung und Gemeinschaft. Das Angebot ist differenzierter geworden – und damit auch generationenoffener.

Hierin liegen Herausforderung und Chance zugleich: Gestalten Sie Ihr Angebot nicht nur orientiert an Trends, sondern entlang von Lebensrealitäten – quer durch die Generationen.

### **Beispiel Reformer-Pilates: ein Kurs, zwei Zielgruppen, ein Erlebnis**

Besonders sichtbar wird dieser Wandel bei Trainingsformen wie beispielsweise Reformer-Pilates. Es spricht damit unterschiedliche Altersgruppen gleichzeitig an – wenn auch aus verschiedenen Gründen. Jüngere Teilnehmende schätzen Intensität, Gruppendynamik und Körperkontrolle. Ältere überzeugt die Präzision, die Gelenkschonung und die fachkundige Anleitung. Was auf den ersten Blick wie ein Trend wirkt, ist in Wahrheit Ausdruck eines strukturellen Wandels: Fitness ist nicht mehr altersgebunden, sondern bedürfnisorientiert.

### **Gesundheit, Vertrauen und Flexibilität als neue Erfolgsfaktoren**

Parallel dazu gewinnen gesundheitsorientierte Studios weiter an Bedeutung. Die sich entwickelnde Zusammenarbeit mit Physiotherapeuten, Ärzten oder Krankenkassen unterstreicht,

dass Fitness zunehmend als essenziell verstanden wird – nicht als kurzfristiges Projekt, sondern als langfristige Investition. Für Babyboomer und Generation X wird das Fitnesscenter zu einem Ort der Sicherheit – mit individueller Betreuung und messbaren Fortschritten. 24/7-Studios, digitale Plattformen und hybride Modelle schaffen Flexibilität und passen sich unterschiedlichen Lebensrealitäten an – für jüngere und ältere Menschen ebenso wie für Berufstätige, Familienmensen oder Individualisten.

### **Marketing als Beziehungspflege, nicht nur als Reichweitenmessung**

Auch die Kommunikation muss mitwachsen. Mitgliedschaften werden nicht mehr primär über Preis oder Standort verkauft, sondern über Emotionen, Erlebnisse und Zugehörigkeit. Social Media, visuelle Inhalte, Challenges und Communityevents sprechen vor allem jüngere Zielgruppen an. Für ältere Mitglieder zählen Kompetenz, Kontinuität und persönliche Ansprache. Der Schlüssel zur Kundenbindung? Konsequente Qualität statt kurzfristiger Rabattaktionen. Wer sich gesehen fühlt, bleibt. Wer Fortschritte erlebt, empfiehlt weiter. Fitnessmarketing wird zur Beziehungspflege – und damit zur Führungsaufgabe.

### **Weniger Lärm. Mehr Wirkung. Mehr Verbindung.**

Natürlich unterscheiden sich Generationen weiterhin in Motivation, Mediennutzung und Trainingsstil. Generation Z und Millennials suchen Dynamik, Trends und schnelle Resultate. Generation X und Babyboomer setzen auf Beständigkeit, Qualität und nachhaltige Gesundheit.

Moderne Fitnesscenter verbinden diese Bedürfnisse. Sie segmentieren und sie integrieren gleichzeitig. Vielleicht liegt genau darin eine besondere Stärke der Schweizer Fitnessbranche: Weniger Extreme, weniger Lärm, weniger Scheuklappen. Dafür Konzepte, die verbinden.

### **Jetzt sind Sie am Zug!**

Machen Sie Ihr Studio zum Ort, an dem sich Generationen nicht nur begegnen – sondern miteinander bewegen. Für mehr Gesundheit. Für mehr Gemeinschaft. Für eine Branche mit Zukunft. ■



#### **René Stoss**

Der Geschäftsführer der Soledor AG stammt aus Basel und ist seit vielen Jahren ein absoluter Branchenkenner sowie gefragter Experte. Von 1986 bis 2014 war er Geschäftsführer der Inko Sports AG. Der leidenschaftliche Skifahrer und ehemalige Kampfsportler trainiert natürlich auch regelmässig im Fitnesscenter und folgt seinem Lebensmotto „Take the risk or lose the chance!“

Sind Sie ein Geschenk?

# Warum Zeitmanagement nicht alles ist

**Der moderne Mensch leidet oft an Übereilung. Alles muss nicht nur schnell gehen, sondern beim nächsten Mal noch etwas schneller. Nur so kann man noch mehr Projekte, Mandate oder Termine bewältigen. Zeitmanagement ist somit in der Moderne von enormer Bedeutung – doch reicht das allein?**

Die KI erklärt Zeitmanagement wie folgt:

**„Zeitmanagement ist die Fähigkeit, Zeit effizient zu nutzen, um Aufgaben strukturiert zu erledigen und Stress zu reduzieren.“**

So eine Beschreibung kann nur eine Maschine ausspucken. Zwar ist die Antwort im Unwesentlichen richtig, doch im Wesentlichen ist sie falsch. Warum? Weil die Emotion fehlt – und Emotionen (Energie) sind immer noch das Erkennungsmerkmal des fühlenden Menschen.

Ich bitte nun um erhöhte Aufmerksamkeit: Zeit ist kaum von Bedeutung. Zeit ist nur dann unbezahlbar, wenn sie mit un-

serer Energie bzw. unserem Engagement gekoppelt wird. In dieser Verbindung übt Zeit eine enorme Kraft auf das eigene Leben aus. Statt sich um Zeitmanagement zu kümmern, ist es also besser, sich über Energiemanagement Gedanken zu machen.

## Präsent und trotzdem absent

Kennen wir das nicht alle? Man ist im Meeting zwar präsent, aber abwesend im Kopf. Und es gibt viele, die zwar früher von der Arbeit gehen, um das Spiel der eigenen Tochter zu sehen. Doch während des Spiels hängen sie ständig am Smartphone oder am Laptop. So hat man zwar die Zeit gemanagt, nicht jedoch seine Energie (die Tochter wird die mangelnde Energie sensibel bemerken).

Im Leben geht es um Präsenz. Etwas persönlicher: Es geht um Ihre Präsenz. Der Duden übersetzt Präsenz als „Anwesenheit“ oder als „körperliche Ausstrahlung[s kraft]“. Wir alle präsentieren im Leben: uns, unser Wissen, unsere Fähigkeiten und im Training oft die Figur bzw. die Muskeln.

## Präsenz beginnt im Hier und jetzt

Der Mensch kann gedanklich in drei verschiedene Zeitdimensionen springen:

► **Vergangenheit – Gegenwart – Zukunft (siehe Skizze A).** ◀

**Das hat grosse Vorteile:** So können wir von der Vergangenheit lernen und es in Zukunft besser machen. Doch das Ganze ist auch tückisch. Kennen wir nicht alle Menschen, die sich gedanklich in der Vergangenheit verfangen haben (früher war das Leben besser) oder jene, die ständig auf den Zehenspitzen stehen, um die glorreiche Zukunft zu erspähen (erst wenn ich den Abschluss, den Job oder eine Familie habe, dann werde ich endlich glücklich sein)? Beide Gruppen – die Nostalgiker und die Futuristen – schauen zwar in die entgegengesetzte Richtung, doch sie tun es aus dem gleichen Grund: Sie empfinden die Gegenwart als defizitär. Aber so übersehen sie die Reichtümer, die sie in der Gegenwart umgeben. Wer seine Energie ständig in die Vergangenheit oder



Zukunft lenkt, der macht einen grossen Fehler. Warum? Ganz einfach: **Die Gegenwart ist die einzige Verbindung zum Leben.** Fakt ist: Die Vergangenheit ist vorbei und die Zukunft bloss ein Versprechen.

### Die Gegenwart ist ein Geschenk

Auf Englisch heisst Gegenwart „present“. Aber nicht nur: Present heisst auch Geschenk. Deswegen habe ich in Skizze A bei der Gegenwart ein Geschenk gezeichnet. Ein Wortspiel auf Englisch: Use the present because it is a present. (Nutze die Gegenwart, denn sie ist ein Geschenk.)

Und genau darum geht es: Präsent im Präsens zu leben. Schenken wir uns körperliche und mentale Anwesenheit. So bleibt man in der Gegenwart und im Leben. Wenn Sie ganz bei der Sache sind und Ihr Gegenüber Ihnen die volle Aufmerksamkeit schenkt, ergeben sich einzigartige Momente. In solchen Augenblicken pulsiert das Leben. Sie sind ein Geschenk, weil niemand der Beteiligten irgendwo anders sein möchte als im Hier und Jetzt.

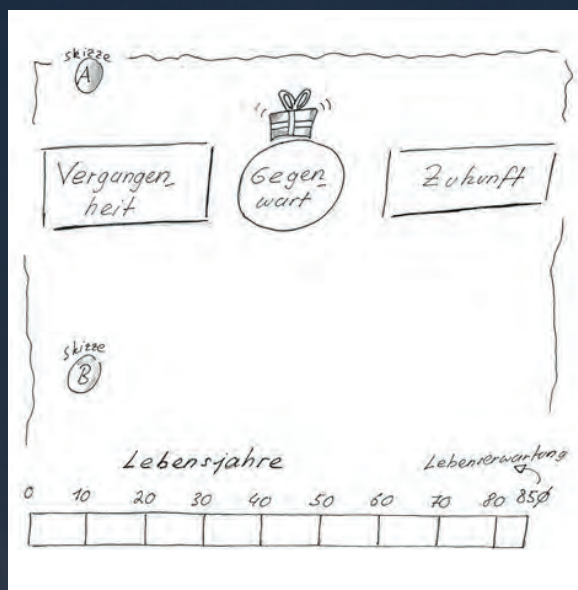
### Energie als Kompass

Die Frage: „Wer und was energetisiert mich?“ ist ein wichtiger Orientierungsanker in einem gelingenden Leben. So kommen Dinge und Themen an die Lebensoberfläche, die Gewicht für uns haben. Das ist vor allem für jene Menschen noch wichtiger, deren Lebenszeitbudget überschaubar geworden ist. Sehen Sie sich bitte Skizze B an. Jedes Rechteck steht für ein Lebensjahrzehnt. Durchschnittlich wird der Mensch circa 85 Jahre alt. Jetzt können Sie das betreffende Rechteck orten, in welchem Sie sich derzeit statistisch befinden. Ein solcher Blick kann auch wachrütteln. Es lohnt sich, dass wir unsere Energie auf das bündeln, was wirklich wichtig für uns ist. Wir dürfen uns nicht vom Dringlichen zuschütten lassen und dabei das für uns Wichtige missachten.

Ich liste zwei konkrete Negativbeispiele auf, um mein Anliegen noch besser zu verdeutlichen:

- Wer frühmorgens verschlafen aufwacht und sich sagt: „Verdammt, ich muss aufstehen“, der sagt implizit gleichzeitig: „Verdammt, ich muss leben.“ So vergeht aber wertvolle Lebenszeit.
- Wer als Trainer während der Arbeitsschicht dauernd vom Surfen träumt, der ist weder im Gym noch auf den Wellen. So sind Sie kein Geschenk – weder für andere noch für sich selbst.

Tun Sie sich die beiden Beispiele nicht an. Denken Sie ans Lebenszeitbudget: Jeder Tag mehr im Leben ist immer auch ein Tag weniger. Das gilt für alle Menschen – und somit auch für Sie.



**Unser Leben besteht vor allem darin, welche Leute wir auf unserem Lebensweg treffen und was wir mit ihnen dann zusammen erschaffen.** Der Mensch ist ein soziales Wesen.

Wir brauchen andere Menschen, damit wir uns selbst begegnen können. Umgeben Sie sich möglichst mit Menschen, die Ihnen Kraft geben, und meiden Sie jene, die sie schwächen. Jeder erkennt schnell, welche das sind und welche nicht. Ein weiterer hilfreicher Tipp: Machen Sie Dinge, die Ihnen guttun, in Zukunft einfach mehr. Das kann zum Beispiel auch bloss ein Spaziergang oder „nur“ eine Atemübung sein. Sich und das eigene Leben zu beschenken, kann manchmal so simpel sein – und es gelingt besser, wenn man sanft und freundlich mit sich selbst ist.

### Fazit

Für ein gelingendes Leben ist Energiemanagement viel wichtiger als Zeitmanagement. Wir können präsent (körperlich anwesend) und mental gleichzeitig abwesend sein. Wir machen uns und unseren Mitmenschen ein Geschenk, wenn wir präsent sind. Der Augenblick ist die einzige Verbindung zum Leben. Verpassen wir ihn, so verpassen wir das Leben. ■



#### Eric-Pi Zürcher

Der Fitness-Instruktor mit eidg. Fachausweis 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 zwölf Jahren ist er hauptamtlich als Fitnesstrainer für den FC Thun tätig.

pierzuercher@gmail.com

Konflikte richtig führen

# Man muss nicht immer gleicher Meinung sein!

**Konflikte gehören zum Alltag jedes Fitnessbetriebs. Wo Menschen mit unterschiedlichen Erfahrungen, Erwartungen und Persönlichkeiten zusammenarbeiten, prallen zwangsläufig Meinungen aufeinander. Entscheidend ist nicht, ob es zu Meinungsverschiedenheiten kommt, sondern wie damit umgegangen wird.**



In meiner langjährigen Arbeit als Unternehmensberater für Fitnesscenter habe ich immer wieder festgestellt, dass sehr viele persönliche Konflikte dadurch entstehen, dass Menschen mit unterschiedlichen Meinungen ihrer Mitarbeiter, Kollegen oder Chefs nicht umgehen können. Dies trübt das Arbeitsklima enorm – und letztlich leidet auch die Qualität des Centers darunter. Das ist schade, denn der positive Effekt von Konflikten liegt gerade in der Weiterentwicklung bestehender Situationen. Unterschiedliche Sichtweisen zusammengeführt sind fast immer mehr wert als nur eine einziger Standpunkt.

Meinungsverschiedenheiten sind zwar nicht angenehm, aber absolut natürlich, wenn mehrere Menschen miteinander arbei-

ten. Subjektive Ansichten, Erfahrungen, Hoffnungen und Wünsche sowie unterschiedliche Charaktereigenschaften oder momentane Stimmungslagen können mitunter weit auseinanderliegen – und genau daraus entstehen unterschiedliche Meinungen.

Gerade in Dienstleistungsbetrieben wie Fitnesscentern, in denen viele Menschen täglich eng zusammenarbeiten und unter Zeit- sowie Erfolgsdruck stehen, haben Konflikte eine besondere Wirkung. Sie beeinflussen nicht nur das Team, sondern oft auch direkt wie indirekt die Wahrnehmung der Kunden. Umso wichtiger ist es, einen konstruktiven Umgang damit zu finden.

Ich möchte Ihnen deshalb einige Hinweise geben, wie Sie besser mit unterschiedlichen Meinungen umgehen können – und so vermeiden, dass aus einer Meinungsverschiedenheit ein echter Konflikt entsteht.

### 1. Das Problem annehmen

Wenn die Meinungen der beteiligten Personen voneinander abweichen, ist es wichtig, diese Unterschiede zu akzeptieren und sich ernsthaft damit auseinanderzusetzen. Wird das Problem verneint oder mit einer oberflächlichen Lösung abgehandelt, entsteht oft nur Zündstoff für spätere, deutlich heftigere Auseinandersetzungen.

### 2. Das Problem genau analysieren

Konfliktreiche Situationen zeichnen sich häufig dadurch aus, dass die Beteiligten aneinander vorbeireden. Für eine nachhaltige Lösung muss deshalb zuerst klar analysiert werden, welches Problem den Konflikt tatsächlich ausgelöst hat.

### 3. Klärung der gegenseitigen Standpunkte

Alle Beteiligten sollten die Möglichkeit haben, klar zu äussern, wie sich das Problem aus ihrer Sicht darstellt, warum sie dies so sehen und weshalb sie eine bestimmte Lösung bevorzugen. Diese Offenheit schafft Klarheit – und eröffnet neue Lösungsperspektiven.

### 4. Beim Hauptkonflikt bleiben

Ein Problem lässt sich nicht lösen, wenn man ständig vom Kernpunkt abschweift. Es gibt fast immer Nebenpunkte, doch für eine Lösung muss zuerst das Hauptproblem geklärt werden – alles andere folgt danach.

### 5. Dauerhafte Lösungen brauchen genügend Zeit

Viele Meinungsverschiedenheiten werden zu Dauerstreitpunkten, weil sich die Beteiligten keine Pause gönnen. Um einen Konflikt in seiner ganzen Tragweite zu erfassen, aufzuarbeiten und gemeinsame Lösungsansätze zu entwickeln, braucht es Zeit. Eine bewusste Denk- und Entspannungspause kann dabei oft Wunder wirken.

### 6. Fragen können auch blockieren

Fragen sollten in Konfliktsituationen gut überlegt sein. Verständnisfragen (z. B. Warum denkst du so darüber?) sind hilfreicher als Fragen, die unterschwellig eine andere Meinung transportieren (Hast du dir das wirklich gut überlegt?). Letztere erschweren eine Lösung meist zusehends.

### 7. Das Innenleben sollte nicht unterdrückt werden

Emotionen, die stören oder blockieren, kommen in angespannten Situationen oft nicht zur Sprache. Die Folge: Eine tragfähige Lösung bleibt aus. Es ist deshalb sinnvoll, offen zu benennen, was einen ärgert oder belastet – ohne dass dies von den anderen als persönlicher Angriff verstanden wird.

### 8. Versteckte Bedenken zum Vorschein bringen

Viele Meinungsverschiedenheiten beruhen auf unausgesprochenen Bedenken. Kommt ein Konflikt nicht voran, lohnt es sich zu prüfen, ob solche Bedenken im Hintergrund wirken. Werden sie sichtbar gemacht, kann im nächsten Schritt gemeinsam nach Lösungen gesucht werden.

### 9. Innere und äussere Konflikte unterscheiden

Eine Auseinandersetzung mit anderen ist nicht selten Ausdruck eines eigenen inneren Konflikts. Manchmal scheidet eine Lösung nicht an den anderen Beteiligten, sondern daran, dass man zuerst die eigenen inneren Widersprüche klären muss. Dies ist oft eine wichtige Voraussetzung für eine echte Einigung.

### 10. Konflikte nicht als Wettkampf sehen

Die Mentalität, unbedingt siegen zu müssen, ist vielen Menschen so vertraut, dass sie kaum hinterfragt wird. Mit dieser Haltung lassen sich Konflikte jedoch nur schwer lösen. Ziel sollte nicht ein Gewinner sein, sondern ein sinnvoller Interessensausgleich.

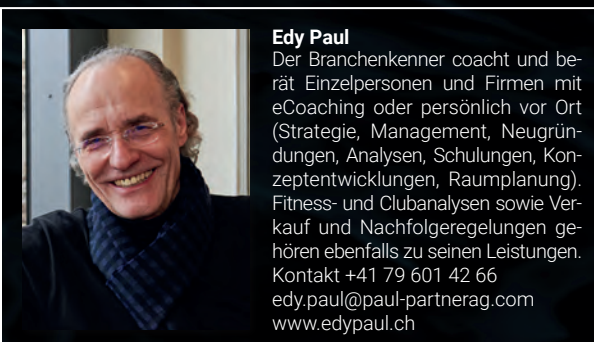
Richtig geführt, können Konflikte klären, weiterbringen und sogar stärken – falsch behandelt, vergiften sie das Arbeitsklima nachhaltig.

Gerade Führungskräfte stehen im Umgang mit Konflikten in einer besonderen Verantwortung. Sie geben mit ihrem Verhalten den Rahmen vor, in dem Meinungsverschiedenheiten ausgetragen werden. Werden unterschiedliche Ansichten zugelassen und respektvoll diskutiert, entsteht Vertrauen. Werden sie hingegen unterdrückt oder persönlich genommen, breiten sich Unsicherheit und Spannungen im Team aus. Ein bewusster, sachlicher Umgang mit Konflikten ist deshalb ein zentrales Führungsinstrument – und ein entscheidender Faktor für langfristigen Erfolg.

Ich hoffe, dass sich Sie bei den nächsten konfliktträchtigen Meinungsverschiedenheiten mit Ihren Mitarbeitern – oder auch im privaten Umfeld – diese Hinweise nochmals kurz zu Gemüte führen. Oft reicht bereits eine kleine Veränderung der eigenen Haltung, um bessere und nachhaltigere Lösungen zu erzielen.

Viel Erfolg wünscht Ihnen  
Edy Paul

■



#### Edy Paul

Der Branchenkenner 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



„Paartherapie“ für Kopf und Körper

# Metapher für moderne Präventionsarbeit

**Kennst du das? Ständige innere Unruhe, Brain Fog, Schlafstörungen, Entzündungen, Darmprobleme. Trotz Training und bewusster Ernährung fühlst du dich nicht besser. Meist kein Zufall, sondern ein tiefer Widerspruch zwischen Kopf und Körper. Das psychophysiologische Interaktionsmodell zeigt dir Hebel, wie du echte Selbstregulation für ein starkes, klares und energiegeladenes Leben gewinnst.**

Stell dir vor: Dein Kopf ist ein Rennpferd mit voller Power, totem Wille und grosser Ambition. Aber dein Körper ist eher ein Pony – stark, aber nicht für Dauerläufe gemacht. Wenn der Rennpferdkopf das Pony überfordert, entstehen innere Unruhe, Schlafstörungen, Entzündungen im Körper, Darmprobleme und Brain Fog (der Kopf fühlt sich neblig, die Konzentration fällt schwer). Physiologisch heisst das: Die sympathische Dominanz (Cortisol/Adrenalin) ist überaktiviert, die parasympathische Regeneration bricht ein, Entzündungsmarker (CRP, IL-6) steigen, die Mitochondrienfunktion sinkt.

Es geht nicht darum, noch härter zu trainieren oder noch mehr Supplements zu schlucken. Es geht darum, dass du lernst,

Kopf und Körper ins Gespräch zu bringen. Das psychophysiologische Interaktionsmodell ist genau dieser Brückenbauer. Es fokussiert nicht isolierte Symptome oder einzelne Bausteine wie Muskeln, Hormone oder Kalorien, sondern betrachtet das ganze vernetzte System aus Psyche, Physiologie, sozialen Einflüssen und Lebensrealitäten.

**Der Mensch ist ein psychophyso-soziales System**  
Psyche, Körper, soziale Beziehungen und Lebensrealitäten greifen wie Zahnräder ineinander. Jede mentale Regung hat eine physiologische Entsprechung, jede körperliche Veränderung wirkt zurück auf die Psyche. Ignorierst du diesen Dialog, entstehen Widersprüche, die Reaktionen auslösen.

Bei chronischem Stress aktiviert die HPA-Achse massiv die Ausschüttung von Cortisol und Adrenalin – plötzlich hast du scheinbar mehr Energie, fühlst dich topfit. Langfristig jedoch frisst das deine Reserven auf. Die Regeneration bricht ein.

### **Klassische Wissenschaft vs. dein echter Alltag**

Die Wissenschaft gibt Durchschnittswerte, was super für Studien ist, aber dein Leben ist kein Durchschnitt. Viele Probleme Überlastung, Burnout, chronische Beschwerden haben tiefe psychologische Wurzeln: Perfektionismus, Kontrollzwang, das Gefühl „Ich muss immer funktionieren“. Das psychophysiologische Interaktionsmodell pathologisiert nichts – es beurteilt dich nicht, sondern integriert deine Psyche als zentralen Faktor. Ohne Wertung. Die Signale deines Körpers sind kein Feind, sondern deine besten Verbündeten.

### **„Paartherapie“ für Kopf und Körper**

Moderne Prävention bringt Kopf und Körper ins Gespräch, indem sie medizinisch präzise Diagnostik mit psychologischem Verständnis und Selbsterkenntnis kombiniert. Wir brauchen eine neue Medizin, die evidenzbasierte Erkenntnisse zur psychophysiologischen Interaktion einbezieht. Wie willst du ein psychologisches Problem lösen, wenn der Kopf zu wenig Energie bekommt? Wie soll der Körper regenerieren, wenn der Kopf nicht auf deinen „inneren Labrador“, deinen treuen Assistentenzhund, hört, der dich sanft leitet und schützt, statt dem Schweinehund zu folgen, der dich antreibt? Disziplin ist oft eine Anleitung zur Überlastung und Selbstkasteiung. Die Lösung ist eine wahrnehmungsgeladete Struktur, bei der Kopf und Körper zusammenarbeiten.

### **Realistische Strukturen in Fitnesscentern**

Es geht um realistische Strukturen statt um den Ansatz „45 Minuten Kraft für alle!“ Für Überlastete reichen 15 bis 20 Minuten Training, weil sonst noch mehr entzündliche Prozesse begünstigt werden, die die Insulinsensitivität senken und die psychische Dünnhäutigkeit fördern. Die Psyche muss ins Trainingsscreening einfließen. So schaffen wir Raum, in dem sich Menschen spüren dürfen und Training auch mal regenerativ gestaltet sein darf – anstatt in die „Ins-Training-müssen“-Falle zu tappen. Das müssen wir auch in den Fitnesscentern lernen.

### **Personalisierung statt Einheitsbrei**

Entscheidend ist die Fokussierung auf die Individualität des Einzelnen sowie eine personalisierte Ernährung und Trainingsgestaltung. Wenn jemand ein „kleines“ Herz-Kreislauf-System hat und genetisch schnell aufbaut, brauchen wir mehr Ausdauer statt Kraft sowie weniger statt mehr Protein. Ansonsten fährt sozusagen ein Lastwagen mit Rasenmähermotor. Umgekehrt gilt: Bei einem „grossen“ Kreislaufsystem und langsamem Aufbau braucht es mehr Krafttraining sowie deutlich mehr Nährstoffe und Protein als beim Durchschnitt. Solche Erkenntnisse haben schon vor über zehn Jahren verdeutlicht, wie unverzichtbar personalisiertes Training und Ernährung sind.

### **Rollenverteilung: weisend und lösend**

Die Psyche weist den Weg: Sie zeigt dir deine Muster, deine Stressfallen, deine Kontrollillusionen. Ernährung und Training lösen das Problem: Sie bringen den Stoffwechsel ins Gleichgewicht, boosten Regeneration, geben dir Klarheit im Kopf. Der entscheidende Hebel? Der ist bei jedem anders – mal Achtsamkeitsübungen, mal besserer Schlaf, mal angepasstes Training oder gezieltes Fasten. Individualisierung heisst: Den Hebel finden, der DIR gerade passt. Longevity entsteht nicht durch Zwang und Kontrolle, sondern durch ein gutes, vertrauensvolles Verhältnis zu dir selbst. Durch echte Interaktion von Kopf und Körper.

### **Take-home – Die sieben Gebote der „Paartherapie“ für Kopf und Körper**

1. Hör morgens zuerst auf deinen Körper, nicht auf die Uhr. „Wie geht’s mir wirklich?“ ist die wichtigste Frage des Tages.
2. Trainiere nur, wenn du Lust hast – und reduziere Intensität oder Umfang sofort, wenn du dich überfordert fühlst.
3. Nach dem Sport: Die Aufgedrehtheit ist oft cortisolbedingt und kein echter Fortschritt. Nimm es wahr und lass es nicht zur Gewohnheit werden.
4. Abends: Letzte Stunde ohne Bildschirme – schalte auf Regeneration.
5. Atme bewusst: mit der 4-7-8-Atmung oder dem Body-Scan, das beruhigt den Kopf und lässt den Körper los.
6. Schlechter Schlaf, Heisshunger, Lust auf Süßes? Oft liegt es an zu wenig Essen über den Tag, zu viel am Abend oder zu intensives Training. Lerne diese Symptome richtig zu interpretieren.
7. Lass Wahrnehmung statt Zwang leiten – das ist der wahre Weg zu Resilienz und Kraft.

### **Prävention beginnt bei dir selbst**

Echte Prävention startet damit, dass du wieder Freund deines Körpers wirst. Ignorierte Signale führen irgendwann zum Kollaps. Hör auf deinen „inneren Labrador“ – lass Kopf und Körper zu echten Partnern werden. So wird Longevity nicht zu einer trendigen Worthülse, sondern zu einer natürlichen Folge eines bewussten, harmonischen und energiegeladenen Lebens. ■



#### **Jürg Hösli**

Der Gründer und Geschäftsführer des erpse-Instituts gilt als Pionier einer ganzheitlichen Ernährungsdiagnostik und ist seit Jahrzehnten im Leistungssport als Athlet, Trainer und Ernährungsberater aktiv. Er legt besonderen Wert auf eine personalisierte Betreuung durch Integration von medizinischer Diagnostik und psychosozialer Faktoren.

© juerghoesli  
www.erpse-institut.com



Biohacking in Fitnesscentern

# Mehr Energie, weniger Zufall?

**Biohacking verbindet Biologie, Technologie und Selbstverantwortung. Der datenbasierte Ansatz zeigt, wie Ernährung, Bewegung, Schlaf und mentale Routinen gezielt optimiert werden können – für mehr Gesundheit, Leistungsfähigkeit und Lebensqualität im Alltag. Für Fitnessanbieter ist Biohacking eine Möglichkeit, den eigenen Dienstleistungsbereich über die Grenzen des Trainingsraums zu erweitern.**

Die fortschreitende Digitalisierung verändert zunehmend gesundheitsbezogene Lebensbereiche und eröffnet neue Möglichkeiten zur individuellen Steuerung von Wohlbefinden und Leistungsfähigkeit. Insbesondere im Fitness- und Gesundheitskontext führt diese Entwicklung dazu, dass Menschen ihre eigenen biologischen Prozesse besser verstehen und eigenverantwortlich beeinflussen können. In diesem Zusammenhang gewinnt das sogenannte Biohacking zunehmend an Bedeutung.

Biohacking beschreibt einen datenbasierten und biologisch orientierten Ansatz zur gezielten Optimierung biologischer Körperfunktionen mit dem Ziel, Gesundheit, Leistungsfähigkeit und Lebensqualität nachhaltig zu verbessern. Zentrales Leitmotiv ist dabei „smarter leben mit Biologie“. Durch den Einsatz von Wearables, Apps und digitalen Tracking-Tools werden individuelle Daten erhoben, analysiert und zur Anpassung

von Lebensstilfaktoren genutzt. Subjektive Empfindungen werden so durch objektivierbare Daten ergänzt und überprüfbar gemacht. Im Rahmen individualisierter Gesundheits- und Trainingsberatung können die Daten eingesetzt werden, um Betreuungsprogramme zu personalisieren und den Wert der eigenen Dienstleistung zu veranschaulichen. Dies setzt jedoch voraus, dass Trainer und Coaches über umfassende Kenntnisse in den Bereichen Fitness, Gesundheit und auch digitaler Technologien verfügen.

## Ernährung als fundamentale Säule

Die Ernährung bildet die Basis vieler biologischer Prozesse und nimmt im Biohacking eine zentrale Rolle ein. Ziel ist eine bedarfsgerechte Versorgung mit essenziellen Makro- und Mikronährstoffen, um Stoffwechsel, Hormonhaushalt und Regeneration zu unterstützen. Im Fokus stehen nährstoffdichte, möglichst unverarbeitete Lebensmittel sowie eine individuelle

*Biohacking nutzt individuelle Daten zur gezielten Optimierung von Körper, Geist und Stoffwechsel.*

*Schlaf, Ernährung und Bewegung bilden die Basis nachhaltiger Leistungsfähigkeit.*

Anpassung an Trainingsbelastung, Alltagsstress und gesundheitliche Voraussetzungen.

Gleichzeitig spielt der bewusste Verzicht auf potenziell problematische Inhaltsstoffe eine wichtige Rolle. Stark verarbeitete Produkte, künstliche Zusatzstoffe, industrielle Transfette und übermäßige Zuckerzufuhr stehen im Verdacht, entzündliche Prozesse zu fördern und den Stoffwechsel langfristig zu belasten (Wang et al., 2025). Biohacking verfolgt daher einen präventiven Ansatz, Belastungen zu reduzieren und die metabolische Effizienz zu steigern.

Zusätzlich werden Nahrungsergänzungsmittel gezielt eingesetzt, insbesondere bei erhöhtem Bedarf oder nachgewiesenen Defiziten. Vitamine, Mineralstoffe, Omega-3-Fettsäuren oder Aminosäuren sollen eine ausgewogene Ernährung unterstützen, jedoch nicht ersetzen. Ein evidenzbasierter und individuell dosierter Einsatz gilt dabei als entscheidend, um Überdosierungen zu vermeiden.

Ein weiterer relevanter Aspekt im Biohacking ist das Fasten. Zeitlich begrenzte Formen der Nahrungsrestriktion, wie das Intervallfasten, werden im Biohacking als potenzielles Werkzeug zur Verbesserung der Insulinsensitivität, Förderung zellulärer Reparaturmechanismen und Reduktion inflammatorischer Prozesse betrachtet. Im Leistungs- und Fitnesskontext ist jedoch eine individuelle Abstimmung erforderlich, um negative Effekte auf Trainingsleistung oder Regeneration zu vermeiden (da Silva et al., 2020).

### **Körperliche Leistungsfähigkeit und Regeneration**

Die zweite Säule des Biohacking fokussiert sich auf den Körper als leistungsfähiges System, das durch gezielte Belastungsreize und ausreichende Regeneration optimiert wird. Regelmässige Bewegung und strukturiertes Training beeinflussen Muskel- und Herz-Kreislauf-Funktionen, Stoffwechselprozesse sowie hormonelle und neuronale Regulation (Furrer et al., 2023).

Im Biohacking-Kontext wird Training nicht isoliert betrachtet, sondern stets im Zusammenspiel mit Regeneration. Eine unzureichende Erholungsphase kann Anpassungsprozesse hemmen und das Risiko für Überlastung und Verletzungen erhöhen. Schlaf nimmt hierbei eine zentrale Rolle ein, da er essenziell für hormonelle Regulation, Immunfunktion und neuronale Verarbeitung ist.

Biohacker verfolgen gezielt Strategien zur Verbesserung der Schlafqualität, unter anderem durch die Stabilisierung des zirkadianen Rhythmus und die Förderung der körpereigenen Melatoninproduktion. Massnahmen wie feste Schlafenszeiten, reduzierte Lichtexposition am Abend, digitale Zurückhaltung und eine optimierte Schlafumgebung gelten als wirksame Stellschrauben. Ergänzend können auch ernährungsbezogene Ansätze unterstützen. Etwa der gezielte Einsatz von tryptophan- oder magnesiumreichen Lebensmitteln, die entspannungsfördernde Prozesse und die nächtliche Regeneration biologisch begünstigen (Schmitt et al., 2025). ▶

Darüber hinaus rückt die mitochondriale Gesundheit zunehmend in den Fokus. Mitochondrien sind für die Energieproduktion in den Zellen verantwortlich und entscheidend für Leistungsfähigkeit und Regeneration. Regelmässige körperliche Aktivität, insbesondere Ausdauer- und hochintensive Trainingsformen, fördert die mitochondriale Biogenese (Feng et al., 2025) und verbessert die oxidative Kapazität. Gesunde Mitochondrien tragen wesentlich zur Funktionsfähigkeit des gesamten Organismus bei (San-Millán, 2023).

### Mentale Leistungsfähigkeit und psychische Gesundheit

Die dritte Säule adressiert den Geist als integralen Bestandteil ganzheitlicher Gesundheit. Kognitive Leistungsfähigkeit, Konzentration und mentale Belastbarkeit sind eng mit physiologischer Leistungsfähigkeit verknüpft. Eine optimierte Ernährung und ein regenerierter Körper bilden daher die Basis für einen stabilen Geist.

Biohacker setzen gezielt auf mentale Trainingsmethoden wie Meditation und Achtsamkeitstraining, um Stressregulation, emotionale Kontrolle und Fokus zu verbessern. Studien zeigen, dass regelmässige meditative Praxis mit positiven Effekten auf die Gedächtnisleistung (Pascoe et al., 2021), die Aufmerksamkeitssteuerung und die psychische Resilienz verbunden ist.

### Ergänzende Biohacking-Routinen

Mit folgenden Tipps lassen sich biologische Rhythmen, mentale Leistungsfähigkeit und Regeneration gezielt und nachhaltig im Alltag unterstützen.

1. **Sonne tanken**
2. **Ausreichende Flüssigkeitszufuhr**
3. **Meditation und Achtsamkeitstraining**
4. **Digital Detox**
5. **Schlaf meistern**

Der Nutzen pauschaler Empfehlungen wie dieser liegt eindeutig darin, dass sie ein Bewusstsein für gesundheitspositive Verhaltensweisen schaffen und dabei helfen, diese auch in den Alltag zu integrieren. Sie lassen sich zudem als Ergänzung zu bestehenden Ernährungs- und Trainingsroutinen einsetzen.

### Chancen und Risiken des Biohackings im Fitnesscenter

Zu den potenziellen Vorteilen des Biohackings zählen eine verbesserte Gesundheit, gesteigerte geistige und körperliche Leistungsfähigkeit sowie eine höhere Lebensqualität durch individualisierte Strategien. Ausserdem fördern Biohacking-Ansätze auch eine bewusste Auseinandersetzung mit dem eigenen Körper und verdeutlichen, wie der Lebensstil die eigene Gesundheit beeinflusst. Dies sind psychologische Prozesse, die gerade im Fitnesscenter zu einer starken Bindung zum regelmässigen Training beitragen können.

Gleichzeitig birgt der unreflektierte Einsatz von Biohacking bestimmte Risiken. Dazu zählen gesundheitliche Gefahren

durch Selbstexperimente, die Entwicklung restriktiver Essverhalten, eine zunehmend technologische Abhängigkeit sowie eine bislang unzureichende Regulierung vieler Methoden (Käferböck et al., 2024). Diese Risiken können dadurch minimiert werden, dass an Biohacking interessierte Kunden durch professionelle Trainer und Coaches unterstützt werden, die über entsprechendes Fachwissen verfügen, um Gesundheitsdaten und ihre Bedeutung auch richtig einordnen zu können. Gerade bei Kundengruppen mit hoher Affinität zu Gesundheits- und Technologiethemata können Ansätze aus dem Biohacking in Betreuungskonzepten von Fitnesscentern integriert werden, um die Wahrnehmung von Fitnessanbietern als ganzheitliche Gesundheitsexperten zu fördern.

### Fazit

Biohacking erfordert einen reflektierten, evidenzorientierten Umgang. Als präventiv ausgerichteter Ansatz kann es wertvolle Impulse liefern und einen Baustein der Kundenbetreuung im klassischen Fitness- und Gesundheitsstudio sein. Professionelle Gesundheitsdienstleister sollten Biohacking jedoch nicht als Ersatz für medizinische Betreuung vermarkten und entsprechende Strategien anhand wissenschaftlich fundierter Erkenntnisse ausrichten und in individualisierte Betreuungskonzepte integrieren.

Gleichzeitig zeigt sich, dass Biohacking nicht immer komplex oder technologiegetrieben sein muss. Bereits einfache, konsistent umgesetzte Routinen können messbare Effekte auf Gesundheit, Leistungsfähigkeit und Wohlbefinden entfalten. ■



#### Solana Dietrich

Die gelernte Drogistin hat den Weg in die Fitnessbranche gefunden. Sie ist Spezialistin in Bewegung und Gesundheitsförderung im Fachgebiet Ernährung. Sie ist in allen fünf Centern des Bündnerqualitätsfitness tätig und gibt Kurse bei der SAFS.

#### Literaturliste

Silva, A. I., Direito, M., Pinto-Ribeiro, F., Ludovico, P., & Sampaio-Marques, B. (2023). Effects of Intermittent Fasting on Regulation of Metabolic Homeostasis: A Systematic Review and Meta-Analysis in Health and Metabolic-Related Disorders. *Journal of clinical medicine*, 12(11), 3699. <https://doi.org/10.3390/jcm12113699>

Schmitt, F., Weishaupt, R., Katumba, P. K., Vogt, D., Meyer, N., Feld, M., & Hellhammer, J. (2025). Improving Sleep and Daytime Function with Tryptophan, Magnesium, Melissin and Lactuca Formulation: An Exploratory Study in Adults with Sleep Disturbances. *Nutrition and Dietary Supplements*, 17, 75–85. <https://doi.org/10.2147/NDS.S550592>

Feng, Y., Rao, Z., Tian, X., Hu, Y., Yue, L., Meng, Y., Zhong, Q., Chen, W., Xu, W., Li, H., Hu, Y., & Shi, R. (2025). Endurance training enhances skeletal muscle mitochondrial respiration by promoting MOTS-c secretion. *Free radical biology & medicine*, 227, 619–628. <https://doi.org/10.1016/j.freeradbiomed.2024.12.038>

Käferböck, A.S., Winkler, S., Heyer, Y. (2024). Wearables. In: Staffler, L., Ebersberger, B., Jobin, A. (eds) Digitalwirtschaft. Springer Gabler, Wiesbaden. [https://doi.org/10.1007/978-3-658-45724-2\\_19](https://doi.org/10.1007/978-3-658-45724-2_19)

Malik, V. S., Schulze, M. B., & Hu, F. B. (2006). Intake of sugar-sweetened beverages and weight gain: a systematic review. *The American journal of clinical nutrition*, 84(2), 274–288. <https://doi.org/10.1093/ajcn/84.1.274>



# FORTSCHRITT BEGINNT MIT PRÄZISION.

## Die Königsklasse der Körperanalyse!

### Wissenschaftlich fundierte Analyse

Bei über 3'500 Studien wurde InBody eingesetzt

### Messungen von 1 KHz bis 3 MHz

Für höchste Reproduzierbarkeit der Messung


### Führende Gesundheitscenter vertrauen auf InBody

Über 4'000 Center allein im deutschsprachigen Raum

best4health **InBody**

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





Bewusstsein für den eigenen Körper

# Zyklusgerechtes Training für Frauen

**Der Menstruationszyklus kann Leistungsfähigkeit, Kraft, Ausdauer und Regeneration beeinflussen. Ein reflektierter Umgang mit zyklusbezogenen Veränderungen eröffnet neue Perspektiven für die Trainingsgestaltung. Athletinnen profitieren vor allem von individualisierten Empfehlungen und verbessertem Körpergefühl als von starren zyklusbasierten Trainingsvorgaben.**

Der Menstruationszyklus ist ein zentraler biologischer Rhythmus, der lange Zeit im Sport wie auch in der Sportmedizin und Sportwissenschaft kaum Beachtung fand. Trainingspläne werden überwiegend nach männlichen Referenzwerten gestaltet, obwohl sich die hormonellen Schwankungen von Frauen deutlich auf Leistungsfähigkeit, Verletzungsanfälligkeit und Regeneration auswirken können. In aktuellen Diskussionen wird zyklusgerechtes Training als Ansatz verstanden, der eine differenzierte Berücksichtigung individueller Voraussetzungen ermöglichen kann. Für Trainerinnen und Sportlerinnen eröffnet sich hier die Möglichkeit, Trainingsprozesse unter Berücksichtigung zyklusbezogener Informationen personenbezogener und nachhaltiger zu gestalten. Dabei geht es jedoch nicht darum, Trainingsinhalte ausschliesslich am weiblichen Zyklus auszurichten, sondern vielmehr darum, die Voraussetzungen und Bedürfnisse der jeweiligen Kundin im Rahmen professioneller Trainingsbetreuung zu berücksichtigen.

## Der Zyklus und seine Phasen

Die Länge des Menstruationszyklus ist individuell sehr unterschiedlich. Ein gesunder Zyklus kann 21 bis 35 Tage dauern. Die oft genannten 28 Tage sind lediglich ein Durchschnitts-

wert. Entscheidend ist nicht die exakte Länge, sondern die Regelmässigkeit und die Tatsache, dass Eisprung und Blutung in einem wiederkehrenden Rhythmus stattfinden. Der Menstruationszyklus lässt sich in Follikelphase, Ovulation, Lutealphase und Menstruation unterteilen (siehe Abb. 1). Jede Phase ist durch eine spezifische Hormonlage geprägt, die den Stoffwechsel, die Muskulatur, das Nervensystem und das subjektive Belastungsempfinden beeinflusst. Wie sich die einzelne Phase auswirkt, ist jedoch und von Frau zu Frau verschieden. Zudem ist es in der Praxis nicht immer einwandfrei möglich, die Zyklusphase oder gar Hormonausschüttung exakt einzuschätzen. Die Zyklusphasen können daher gerade im Einzelfall eine Orientierung liefern, sollten jedoch nicht als entscheidende Referenzgrösse für die Planung des Trainings herangezogen werden. Zumal nicht alle Studien einen Einfluss der Zyklusphase auf die Leistungsfähigkeit feststellen konnten und die gefundenen Effekte häufig nur von geringem Ausmass waren (McNulty et al., 2020).

Die hier dargestellten Ausführungen zum weiblichen Zyklus gelten in erster Linie für Frauen, die nicht hormonell verhüten, da Präparate wie die Antibabypille die natürlichen Schwankungen verändern und Zyklusmuster abflachen können.

### Follikelphase

Zu Beginn des Zyklus steigt der Östrogenspiegel an, während Progesteron niedrig bleibt. Östrogen wird mit antioxidativen und entzündungsmodulierenden Effekten in Verbindung gebracht und beeinflusst unter anderem die Muskelzellmembran sowie den Kalziumstoffwechsel.

### Ovulation

Rund um den Eisprung erreicht der Östrogenspiegel seinen Höchstwert. Östrogen beeinflusst zentrale Neurotransmittersysteme wie Serotonin und Dopamin, was mit Veränderungen in Stimmung, Motivation und subjektiver Belastungswahrnehmung assoziiert sein kann. Gleichzeitig gibt es Hinweise auf zyklusabhängige Veränderungen der neuromuskulären Kontrolle und der mechanischen Eigenschaften von Bindegewebe. In diesem Zusammenhang wurde in mehreren Studien ein erhöhtes Risiko für Verletzungen des vorderen Kreuzbands beschrieben (Herzberg et al., 2017), wobei die zugrunde liegenden Mechanismen multifaktoriell sind und interindividuell variieren.

### Lutealphase

In der zweiten Zyklushälfte dominiert Progesteron. Dieses wirkt auf das thermoregulatorische Zentrum im Hypothalamus und führt zu einer leichten Erhöhung der Basal- bzw. Kerntemperatur. Begleitend können Veränderungen der Ruheherzfrequenz, der Flüssigkeitsregulation und des subjektiven Belastungsempfindens auftreten. Einige Frauen berichten in dieser Phase über eine erhöhte Ermüdung oder veränderte Schlafqualität. Objektive Leistungsparameter zeigen hingegen keine einheitlichen zyklusabhängigen Veränderungen.

### Menstruation

Während der Menstruation sind die Konzentrationen von Östrogen und Progesteron niedrig. Das körperliche Erleben in dieser Phase ist stark individuell geprägt und wird unter anderem von Symptomen wie Schmerzen, Müdigkeit oder

Unwohlsein beeinflusst. Während einige Frauen keine Einschränkungen verspüren, berichten andere über relevante Beschwerden. Der niedrige Hormonstatus ist mit geringeren Effekten auf Thermoregulation und Bindegewebe verbunden, erklärt jedoch nicht allein die subjektiv sehr unterschiedlichen Erfahrungen in dieser Zyklusphase. Viele Athletinnen berichten, dass sie problemlos trainieren können (Armour et al., 2020; Findlay et al., 2020). Andere profitieren von leichteren Einheiten oder gezielter Erholung.

### Forschungsstand

Aktuelle Reviews verdeutlichen, dass die Effekte nicht bei allen Frauen gleich sind (Carmichael et al., 2001; McNulty et al., 2020). Unterschiede sind erheblich, was die Bedeutung von Körperbewusstsein unterstreicht. Zyklusgerechtes Training ist weniger ein starres Modell, sondern vielmehr ein Rahmen, der Athletinnen ermöglicht, ihre Signale besser zu verstehen (Verhagen et al., 2025). In populären Medien wird zyklusorientiertes Training häufig stark vereinfacht und als allgemeingültiges Modell dargestellt, obwohl die wissenschaftliche Evidenz solche pauschalen Empfehlungen nur eingeschränkt stützt. Trainer/-innen kommt daher eine wichtige Rolle zu, die zyklusbezogene Informationen kritisch einzuordnen und individuell anzuwenden. Zudem muss berücksichtigt werden, dass neben den zyklusbedingten Schwankungen noch weitere Faktoren (z. B. Psyche, Schlaf, Ernährung) den biopsychosozialen Kontext, in dem regelmäßiges Training stattfindet, beeinflussen.

### Handlungsableitung

Wenn der weibliche Zyklus auch in der Trainingsbetreuung eine Rolle spielen soll, liegt eine hohe Priorität darauf, ein Bewusstsein für den eigenen Körper zu entwickeln und Muster zu erkennen. Dazu eignet sich das Führen eines Trainingstagebuchs mit Ergänzung der jeweiligen Phase und des subjektiven Energielevels sowie weiterer relevanter Faktoren wie Schlafqualität oder Stresspegel. Entscheidend für individualisierte Trainings- ▶

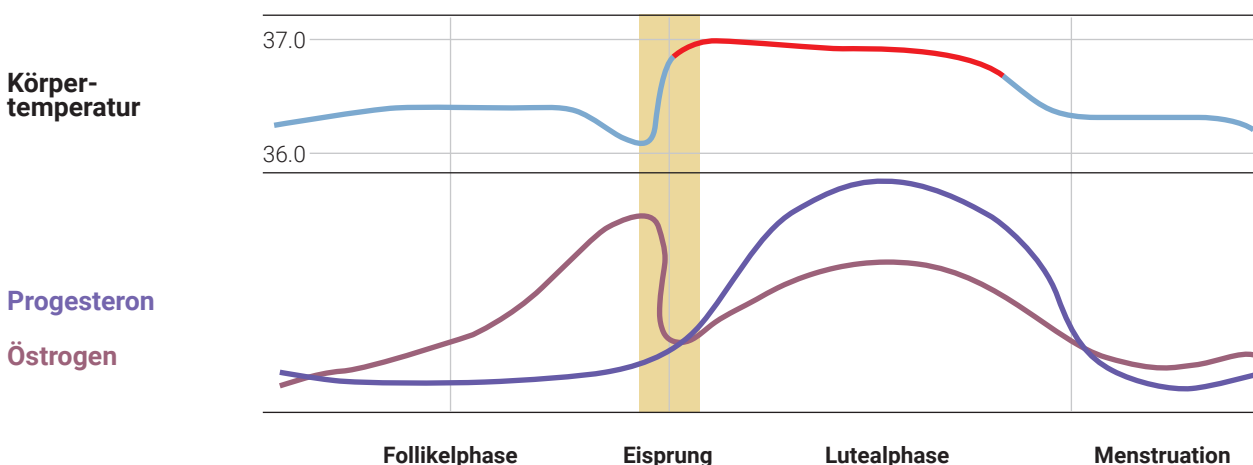


Abb. 1: Veränderung von Hormonspiegel im Menstruationszyklus (eigene Darstellung, 2025)



betreuung ist, dass auch der Einfluss von Ernährung und Regeneration verstanden und berücksichtigt wird. Beispielsweise ist bei Phasen mit erhöhter Ermüdung verstärkt auf ausreichende Energiezufuhr zu achten.

Zyklusgerechtes Training bedeutet ein Gespür für den eigenen Körper zu entwickeln. Gerade im oft stressigen Alltag fällt es Frauen schwer, auf feine Signale zu achten. Das Wahrnehmen des eigenen Zyklus mit all seinen Unterschieden fördert das Vertrauen in die eigene Gesundheit. Denn ein funktionierender Zyklus ist ein wichtiger Indikator für Gesundheit. Der weibliche Körper stellt die Fortpflanzungsfähigkeit als Erstes ein, wenn Energie oder die hormonelle Regulation fehlen. Ein regelmäßiger Zyklus kann daher als ein Hinweis auf eine ausreichende Energieverfügbarkeit und eine funktionierende hormonelle Regulation verstanden werden, stellt jedoch für sich allein keinen umfassenden Indikator für den gesundheitlichen Gesamtzustand dar. Die Wissenschaft geht sogar so weit, dass der Menstruationszyklus als fünftes Vitalzeichen angesehen wird, neben Puls, Atmung, Blutdruck und Temperatur (Committee on Adolescent Health Care, 2015). Gerade, wenn der Zyklus auch in der Trainingsbetreuung berücksichtigt wird, kann ein Bewusstsein für Unregelmäßigkeiten oder Symptome entstehen, die vorher nicht wahrgenommen wurden. Entscheidend ist, dass bei medizinischen Fragestellungen auch entsprechendes Fachpersonal (z. B. Gynäkologin oder Gynäkologe) zu Rate gezogen wird.

### Kritische Betrachtung

Die bisherige Forschung zeigt überwiegend heterogene und teils widersprüchliche Ergebnisse, was auf eine ausgeprägte interindividuelle Variabilität hinweist. Entsprechend existieren weder ein allgemeingültiger „perfekter“ Trainingsplan noch belastbare, zyklusbasierte Trainingsempfehlungen, die für alle Frauen gleichermaßen anwendbar wären (Mikkonen & Häkkinen, 2025; Verhagen et al., 2025). Zyklusabhängige hormonelle Veränderungen erklären nur einen kleinen Teil der Unterschiede in Leistungsfähigkeit, Ermüdung und Belastungswahrnehmung. Entscheidend ist daher die kontextuelle Einordnung wissenschaftlicher Befunde in Verbindung mit spezifischen Faktoren wie subjektivem Körperempfinden, aktueller Belastung, Erholung, Schlaf und psychosozialen Stress. Eine sinnvolle Trainingssteuerung sollte diese Faktoren berücksichtigen, ohne den Menstruationszyklus als primäres oder determinierendes Steuerungsinstrument zu verwenden.

### FAZIT

Hormonelle Veränderungen im Menstruationszyklus bilden einen physiologischen Rahmen, innerhalb dessen Unterschiede im Belastungserleben, in der Ermüdung und im Wohlbefinden auftreten können. Der bisherige Forschungsstand liefert jedoch keine ausreichenden Belege dafür, dass eine zyklusbasierte Anpassung von Trainingsinhalten oder -intensitäten per se zu besseren Leistungs- oder Regenerationseffekten führt. Eine nachhaltige Trainingsgestaltung entsteht daher nicht durch die Orientierung an Zyklusphasen, sondern durch die kontinuierliche Berücksichtigung individueller Rückmeldungen, aktueller Belastung und Erholungszustände. Der Menstruationszyklus kann dabei als ein Beobachtungs- und Reflexionsrahmen dienen, nicht jedoch als primäres Steuerungsinstrument der Trainingsplanung. ■



**Kathrin Buff**  
Die SAFS Dozentin ist zert. Female Health Coach, zert. Mentalcoach und Fitnesstrainerin. Aktuell befindet sie sich im Abschluss ihrer Ausbildung zur psychosozialen Beraterin. Als ausgebildete Köchin und Heilpflanzenfachfrau verbindet sie Ernährungswissen, Bewegung und mentale Stärke mit einem ganzheitlichen Ansatz. Ein besonderer Schwerpunkt ihrer Arbeit liegt auf zyklusgerechtem Training für Frauen.

#### Auszug aus der Literaturliste

McNulty, K. L., Elliott-Sale, K. J., Dolan, E., Swinton, P. A., Ansdell, P., Goodall, S., Thomas, K. & Hicks, K. M. (2020). The Effects of Menstrual Cycle Phase on Exercise Performance in Eumenorrhoeic Women: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Sports medicine (Auckland, N.Z.)*, 50(10), 1813–1827.

Mikkonen, R. S. & Häkkinen, K. (2025). Evidence for Periodizing Strength and/or Endurance Training According to Menstrual Cycle Phases to Optimize Female Athlete Performance Is Lacking. *Strength & Conditioning Journal*, 47(6), 630–642.

Verhagen, E., Ferrer, E., Da Antero, J. S., Bahtijarevic, Z., Barlow, A., Bolling, C., Gabarro, M., Harrison, M., Jarrin, P., Janse de Jonge, X., Paternotte, E., Tomás, R., Jimenez, C., Keay, N., Lewin, G., van den Steen, E. & Elliott-Sale, K. (2025). UEFA consensus statement on menstrual cycle tracking in women's football. *BMJ open sport & exercise medicine*, 11(3), e002769.

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte [info@fitness-tribune.com](mailto:info@fitness-tribune.com).



FAZIT

# Inspiriere. Motiviere. Bewege.

Werde Kursleiter  
Gruppenfitness.

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

**LES MILLS**  
[lesmills.ch](https://lesmills.ch)



INFOS &  
ANMELDUNG



Leistungsorientierte Mitglieder gezielt erreichen

# Wie Fitnesscenter Performance Members begeistern

**Leistungs- und ambitionsgetriebene Performance Members trainieren härter und zielgerichteter als der Durchschnitt und sind für Studios Herausforderung und Chance zugleich. Doch was zeichnet diese Zielgruppe aus? Worauf legen sie wert? Und wie gelingt es Fitnesscentern, leistungsorientierte Mitglieder gezielt anzusprechen sowie mit passenden Angeboten zu betreuen, zu motivieren und zu begeistern?**

Wer die Entwicklungen im Fitnessmarkt der letzten Jahre aufmerksam beobachtet hat, erkennt einen Trend, den nur wenige in diesem Ausmass vorhergesehen haben: Kompetitive Fitnessformate und Events wie HYROX®, CrossFit®, Powerlifting, Strongman, DEKA FIT oder Ninja Warrior erfreuen sich grosser Beliebtheit und sprechen eine wachsende Zahl von Trainierenden an. Diese Wettkampfformate bieten einer breiten Gruppe von Athletinnen und Athleten die Möglichkeit, sich in klar definierten Disziplinen zu messen, die eigene Leistung zu verbessern und gleichzeitig ein intensives Gefühl von Gemeinschaft zu erleben.

Im Zentrum stehen Motive wie Wettkampf, Leistungsorientierung sowie der Wunsch nach Zugehörigkeit und Anerkennung (Villarrol López, Agudo-Ortega & Juárez Santos-García, 2025). Obwohl die Formate verschiedenste Mitgliedertypen ansprechen, denken viele Betreiberinnen und Betreiber von Fitnessstudios dabei vor allem an einen Typus, der in diesem Kontext besonders hervorsteht: ambitionierte, stark leistungsorientierte Mitglieder.

In der 2024 veröffentlichten Typologie der Fitnessstrebenden der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement werden diese auch als „Ambitionsgetriebene“ beschrieben (DHfPG, 2024).

## Ambitionsgetriebene im Überblick

Ein Blick in die Ergebnisse der Fitnessstypenstudie zeigt: Ambitionsgetriebene gehören zu den motiviertesten und ehrgeizigsten Mitgliedern im Fitnessstudio. Mehr als die Hälfte trainiert dort viermal oder häufiger pro Woche. Für sie ist Training autotelisch (zum Selbstzweck) und mit Emotionen wie Spass, Liebe und Leidenschaft verbunden. Neben diesem starken emotionalen Bezug zum Training sind sie ihrem Studio gegenüber äusserst loyal (siehe Abbildung 1).

Mit Blick auf ihre Anforderungen an das Studio sind für sie neben qualifiziertem Personal vor allem zwischenmenschliche Faktoren entscheidend: ein gutes Verhältnis zwischen Mitarbeitenden und Mitgliedern, empathisches Personal, eine gute Atmosphäre im Studio und nette Mittrainierende. Auch die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft und die Freude daran, mit anderen aktiv zu sein und sich zu messen/verbessern, zählen zu den Antriebsfaktoren der Ambitionsgetriebenen. Erfüllt ein Studio diese qualitativen und sozialen Ansprüche, sind sie bereit, einen Monatsbeitrag jenseits des durchschnittlichen Marktpreises zu zahlen (DHfPG, 2024). Die Kombination aus Leistungs- und Gemeinschaftsorientierung macht sie zu idealen Adressaten für kompetitive Wettkampfformate (Villarrol López et al., 2025). Doch auch aus Sicht von Fitness- und Gesundheitsanlagen halten leistungsorientierte Mitglieder wertvolle Potenziale bereit und bieten gleich mehrere Chancen.



### Lesetipp:

Die DHfPG-Studie „Typologie der Fitnessstrebenden 2024 – Wer trainiert in Fitness- und Gesundheitsanlagen in Deutschland?“ liefert detaillierte Marktforschungsergebnisse zu unterschiedlichen Zielgruppen und Trainierenden im Fitnesscenter. Die Ergebnisse lassen sich auch auf die Schweizer Fitnesslandschaft übertragen. Über den folgenden QR-Code können Sie die Studie beziehen.

## Leistungsorientierte als Multiplikatoren

Leistungsorientierte Mitglieder fungieren als wertvolle Multiplikatoren innerhalb und ausserhalb der Anlage und zeigen laut der Studie eine hohe Bereitschaft, ihr Studio aktiv weiterzuempfehlen (DHfPG, 2024). Sie posten etwa Trainingsfortschritte, Wettkampfergebnisse und Studiomomente in sozialen Medien, erzählen im Freundes- und Kollegenkreis von „ihrem“ Studio und knüpfen dadurch Kontakte zu potenziellen und interessanten Neukunden.

Positive Mund-zu-Mund-Propaganda wirkt in dieser Zielgruppe besonders stark, weil Empfehlung und Glaubwürdigkeit eng an die wahrgenommene Erfahrung und Expertise der Empfehlenden gekoppelt sind (Theobald, 2023). Wer sichtbar hart trainiert, persönliche Wettkampferfolge erzielt, mit seinem Studio zufrieden ist und sich klar mit diesem identifiziert, wird in einem leistungsorientierten Umfeld schnell zur Referenzperson für Fragen rund um Trainingsbetreuung und Studiowahl. Für Betreiberinnen und Betreiber sind leistungsorientierte Mitglieder damit ein zentraler Treiber organischen Wachstums und positiver Weiterempfehlung, vorausgesetzt, diese Mitglieder fühlen sich auch ernst genommen und finden entsprechende Rahmenbedingungen vor, mit denen sie sich identifizieren und ihre persönlichen Ziele erreichen können.

## Onboarding und soziale Integration

Eine weitere Chance liegt in der stillen, aber wirkungsvollen Rolle leistungsorientierter Mitglieder beim Einstieg neuer Kundinnen und Kunden. Sie sind häufig im Studio präsent, trainieren sichtbar fokussiert und verkörpern damit, wofür die Anlage stehen möchte. Ihre Anwesenheit reicht oft, um Neulinge zu motivieren und Orientierung zu geben. Neue Mitglieder sehen, wie Trainingsroutinen aussehen können, wie Geräte genutzt werden und welche Fortschritte mit Konsequenz erreichbar sind. Das motiviert und spornt Mitglieder mit ähnlichen Motiven und Zielen an. Gleichzeitig vermitteln sie, dass Leistungsambition und Trainingsdisziplin nicht im Widerspruch zu Spass und Trainingsfreude sowie einer positiven Gemeinschaft im Studio stehen.

Gerade das Thema Community wird im Hinblick auf loyale Kundenbeziehungen zunehmend wichtiger (Mann & Kilian, 2024). Die sozialen Motive der Ambitionsgetriebenen können genutzt werden, um innerhalb des Studios ein stabiles Wirgefühls zu fördern, das mit gezielten Angeboten wie Kleingruppentrainings, Studiochallenges oder gemeinsamen Wettkampfteams zusätzlich unterstützt werden kann. Damit tragen sie aktiv dazu bei, aus einzelnen ambitionierten Mitgliedern eine vernetzte und aktive Studiocommunity zu formen.

## Mehrwert durch Wettkampfk Kooperationen

Für die Zielgruppe der Performance Members können Kooperationen und Partnerschaften mit diversen Wettkampfformaten, wie sie einige Fitnessstudios und Boxkonzepte bereits anbieten, einen Wettbewerbsvorteil schaffen. Studios, die entsprechende Zertifizierungen erwerben oder als offizielle Partnerstandorte auftreten, können exklusive Leistungen an-



### Steckbrief

#### Performance Members

- 58,6 Prozent trainieren viermal oder häufiger pro Woche
- Trainingszeit: durchschnittlich 272,7 Minuten pro Woche
- Emotional an Training gebunden über Motive wie Spass, Liebe, Leidenschaft
- Höchste Ausprägung beim Motiv, mit anderen aktiv sein zu wollen
- Starke Bindung an das Studio und hohe Bereitschaft, das Studio weiterzuempfehlen
- Hohe Zahlungsbereitschaft

#### Studioaspekte, die für sie wichtig sind:

- qualifiziertes Personal
- moderne Trainingsmöglichkeiten und gutes Equipment
- gutes Verhältnis zwischen Mitarbeitenden des Studios und Mitgliedern
- empathisches Personal und gute Atmosphäre

Abb. 1: Steckbrief zu den Performance Members (eigene Darstellung auf Basis der Ergebnisse der DHfPG-Studie „Typologie der Fitnessstrebenden 2024“) (DHfPG, 2024)

bieten: spezifische Vorbereitungskurse, lizenzierte Workouts, gemeinsame Anmeldungen zu begehrten Events oder exklusive Startplätze für ihre Studiocommunity.

Für leistungsorientierte Mitglieder entsteht so ein spürbarer Mehrwert, der über das reine Training und das Studioangebot hinausgeht. Das Studio wird so zum organisatorischen und emotionalen Ankerpunkt und begleitet seine Mitglieder von der Vorbereitung bis zum gemeinsamen Wettkampf. Gleichzeitig schärfen solche Kooperationen das Profil der Anlage nach aussen und signalisieren klar, dass leistungsorientierte Trainierende willkommen sind und im Studio optimale Trainingsbedingungen für ihre sportlichen Ziele vorfinden.

## Impulsgeber für Angebot und Markenbildung

Ambitionsgetriebene sind zudem nicht nur wertvolle Impuls-/Ideegeber für neue Angebote, sie fordern auch die Qualität der Betreuung heraus. Ihr intensives Trainingsverhalten macht früh sichtbar, wo Fläche, Equipment und Strukturen ggf. angepasst und optimiert werden sollten. Gleichzeitig brauchen sie ein Trainerteam, das ihre Ziele und ihre Motivation versteht, Trainingsdaten professionell einordnet und individualisierte Trainingspläne (je nach Leistungsniveau ▶

und Wettkampfbambitionen) zusammenstellen kann und das bereit ist, gemeinsam mit den Mitgliedern individuell an deren Leistungsfortschritt zu arbeiten.

Studienergebnisse zeigen, dass gerade der Erfolg beim Training von einer persönlichen Betreuung abhängt, Trainierende dadurch bessere Fortschritte erzielen und ihre Ziele eher erreichen (Coleman, Burke, Benavente, Piñero, Augustin, Maldonado et al., 2023; Tross, Magalhães Dias & Callegari Zanetti, 2024). Eine funktionierende Zusammenarbeit, ein positives Trainer-Mitglieder-Verhältnis und das gemeinsame Erreichen von Zielen und Erfolgen tragen zur Community-, Image- und Markenbildung bei: Ein Studio, in dem kompetente Trainer leistungsorientierte Mitglieder aktiv begleiten und unterstützen, steht für fachliche Qualität/Expertise, Kundenorientierung und eine starke Gemeinschaft (Lohau & Thum, 2025). Diese Stärken sollten ein zentraler Baustein des eigenen Markenkerns sein und im Rahmen des Marketings klar herausgestellt werden (Burmam, Halaszovich, Schade, Klein & Piehler, 2021; Lohau, 2024).

So schafft man Wettbewerbsvorteile, spricht diese Zielgruppe noch besser an und positioniert sich klar als professioneller Trainingspartner für ambitionsgetriebene Mitglieder.

### Fragenkatalog für die praktische Umsetzung

Wer leistungsorientierte Mitglieder gezielt ansprechen und in sein Studio holen will, sollte sich an den passenden Leitfragen orientieren. Je mehr Punkte dieser Liste Betreiberinnen und

Betreiber bei sich als erfüllt ansehen, desto attraktiver ist/bzw. wird das Studio für ambitionierte Mitglieder.

### Fazit

Leistungsorientierte und ambitionsgetriebene Mitglieder sind heute weit mehr als nur eine Randzielgruppe. Für sie ist Training gelebte Leidenschaft und das Studio häufig wie ein zweites Zuhause. Sie bleiben ihrer Anlage lange treu und sind bereit, für die Gemeinschaft und die wahrgenommene Qualität auch mehr zu bezahlen. Als wichtige Markenbotschafter und Multiplikatoren tragen sie dazu bei, neue Mitglieder in die Studiogemeinschaft zu integrieren, weil sie Präsenz zeigen, Orientierung geben und Gemeinschaft im Trainingsalltag über ihre Social-Media-Kanäle sichtbar und erlebbar machen. Wer sein Studio gezielt für Performance Members öffnet, entsprechende Kooperationen eingeht, das Angebot schärft und passende Rahmenbedingungen für Leistung, Qualität und Gemeinschaft schafft, investiert nicht nur in einzelne Kundinnen und Kunden, sondern in die nachhaltige Weiterentwicklung der gesamten Anlage. ■



#### Alexander Küstner

Der Dipl.-Fitnessökonom ist Mitarbeiter der Marktforschungsabteilung an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG). Seit seinem Studium arbeitete er durchgängig im Fitness- und Gesundheitssektor, unter anderem als Trainer, Studioleiter und Geschäftsführer. Seine langjährige Branchenkenntnis nutzt er in seiner aktuellen Position dazu, neue, praxisrelevante Forschungsthemen zu erarbeiten, mit deren Hilfe ein besseres Markt- und Kundenverständnis möglich wird.



#### Florian Schmidt

Der Dipl.-Hotelier (HF) absolvierte nach seinem Hotelmanagement-Studium in der Schweiz sowie mehreren Jahren Führungserfahrung in der internationalen Sport- und Wellnesshotellerie zusätzlich ein Bachelor- und Master-Studium in Sportwissenschaft (Schwerpunkte Leistungs- und Gesundheitssport). Er ist seit 2017 für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und die BSA-Akademie als Dozent tätig und leitet die Wissenschaftsredaktion.

#### ► Kompetentes Trainerteam

Verfügt das Trainerteam über entsprechende Qualifikationen, sodass Mitglieder, die selbst leistungsorientiert trainieren oder Wettkampferfahrung mitbringen, das Team auch als kompetent einstufen? Wird in spezifische Weiterbildungen investiert?

#### ► Flache und Equipment

Gibt es ausreichend Raum für intensives, leistungsorientiertes Training (Freihantelbereich, funktionale Zone, Langhanteln, Rigs, Gewichtschlitten etc.), ohne dass es permanent zu Engpässen kommt? Kann die Trainingsfläche sinnvoll integriert/angeschlossen werden?

#### ► Strukturierte Trainingsangebote

Werden spezifische Programme angeboten, die klar leistungsorientiert sind, z. B. Leistungsdiagnostik, periodisierte Trainingspläne, Kleingruppenformate oder spezifische Wettkampfvorbereitung? Und werden diese sinnvoll präsentiert und vermarktet?

#### ► Communityerlebnisse

Gibt es wiederkehrende Trainingsformate, die die Gemeinschaft fördern, wie z. B. interne Challenges, kleine Studiowettkämpfe, gemeinsame Eventteilnahmen oder Gruppentraining für Mitglieder? Wird der Communityauf- bzw. -aufbau gefördert?

#### ► Sichtbarkeit der Markenbotschafter

Werden leistungsorientierte Mitglieder bewusst für das Marketing genutzt und Trainings-/Wettkampferfolge sichtbar gemacht, etwa in Social Media, auf der Website oder als Testimonial vor Ort (z. B. „Unser HYROX®-Team“)?

#### ► Mehrwert über das Training hinaus

Bietet das Studio zusätzliche Services für diese Zielgruppe, z. B. gemeinsame Anmeldungen für Events, Infoabende, Support bei Reise- und Wettkampfpplanung? Werden Benefits und Mehrwerte klar kommuniziert?

Abb. 2: Fragenkatalog zur zielgerichteten Ansprache leistungsorientierter Mitglieder (eigene Darstellung)

#### Auszug aus der Literaturliste

Coleman, M., Burke, R., Benavente, C., Piñero, A., Augustin, F., Maldonado, J. et al. (2023). Supervision during resistance training positively influences muscular adaptations in resistance-trained individuals. *Journal of Sports Sciences*, 41 (12), 1207–1217.

Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement GmbH (DHfPG) (Hrsg.). (2024). *Typologie der Fitnessstrebenden 2024 – Wer trainiert in Fitness- und Gesundheitsanlagen in Deutschland?* Saarbrücken: Hrsg.

Lohau, J. & Thum, B. (2025). Qualifizierte Trainer als Markenbotschafter. *fitness MANAGEMENT international*, 6 (182), 82–85.

Villarreal López, P., Agudo-Ortega, A., & Juárez Santos-García, D. (2025). Characterization of the Profile of Hyrox® Athletes. *Applied Sciences*, 15 (21), 11693.

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



# Dein Wissen. Dein Erfolg. Deine Karrierechance.

Eidg. Fachausweis  
Eidg. Diplom

**JETZT  
KARRIERE  
STARTEN**

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



INFOS &  
ANMELDUNG

Forschungsergebnisse im Fokus

# Wissenschaft für die Trainingspraxis



## Trainer als Motivations- und Kundenbindungsfaktor

Intrinsic motivation and enjoyment as key-factors in the link with the perceived quality of fitness coach behaviour

In der vorliegenden Studie wurde der Einfluss des Verhaltens von Fitnesstrainerinnen und -trainern auf die intrinsische Motivation, das Trainingserleben und die Trainingshäufigkeit von Mitgliedern untersucht.

Zu diesem Zweck wurden 220 Mitglieder eines portugiesischen Fitnesscenters mittels validierter Fragebögen zu ihrem Trainingsverhalten, ihrer Motivation sowie dem von ihnen wahrgenommenen Einfluss der Trainer befragt.

Die inferenzstatistischen Auswertungen zeigen, dass das Verhalten der Trainerinnen und Trainer einen positiven Einfluss auf die Motivation der Mitglieder sowie ihre langfristige Trainingsbeteiligung hat. Eine persönliche Betreuung durch kompetente und empathische Trainer ist demnach ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Sie sorgt unter anderem dafür, dass die Mitglieder langfristig aktiv bleiben und nachhaltig Freude am Training haben. Die Mitglieder können ihre persönlichen Ziele somit noch besser erreichen und bei Bedarf jederzeit auf das Know-how und die Unterstützung der Trainerinnen und Trainer zurückgreifen.

Für Fitnesscenter sind qualifizierte und engagierte Trainerinnen und Trainer unerlässlich. Sie fungieren als Markenbotschafter und sind wichtige Multiplikatoren. Durch ihre Arbeit tragen sie zu einem motivierenden Trainingsumfeld und einer stärkeren Kundenbindung bei. Betreiber sollten auf eine persönliche Betreuung setzen und in die Qualifizierung und Weiterbildung ihres Trainerteams investieren.

### Literaturliste

Braga-Pereira, R., Furtado, G., Sampaio, A., & Teques, P. (2025). Intrinsic motivation and enjoyment as key-factors in the link with the perceived quality of fitness coach behaviour: Enhancing exercise adherence. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 25 (2), 81–100.



## Fitnessstraining gegen Depressionen

Impact of combiner aerobic and resistance training on depression

Eine Forschergruppe der Universität Peking hat die Wirksamkeit kombinierter Kraft- und Ausdauertrainingsprogramme auf depressive Symptome bei Erwachsenen untersucht.

Dazu wurde eine systematische Literaturrecherche inklusive Metaanalyse durchgeführt. Unter Berücksichtigung der Ein- und Ausschlusskriterien wurden 27 Studien mit 2342 depressiven Patienten in die Auswertung einbezogen.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass ein kombiniertes Kraft- und Ausdauertraining zu einer signifikanten Reduktion depressiver Symptome führen kann. Insbesondere bei leichten bis moderaten Depressionen konnten positive Veränderungen nachgewiesen werden. Die stärksten Effekte zeigten sich bei Programmen, die eine Dauer von neun bis 24 Wochen aufwiesen, drei bis vier Trainingseinheiten pro Woche umfassten und einen Gesamtumfang von 180 Minuten nicht überschritten. Die persönliche Betreuung während des Trainings hatte einen positiven Einfluss und bot den Betroffenen wertvolle Hilfestellung.

Fitnesscenter bieten mit ihrer Ausstattung ideale Bedingungen für ein kombiniertes Kraft- und Ausdauertraining. Das Trainerteam kann Betroffene zielführend unterstützen, begleiten und motivieren. Angesichts zunehmender psychischer Belastung leisten Fitnesscenter einen wertvollen Beitrag und tragen aktiv zur Förderung der körperlichen und mentalen Gesundheit der Bevölkerung bei.

### Literaturliste

Wang, H., Liu, Q., & Pan, Y. (2025). Impact of combiner aerobic and resistance training on depression: a systematic review and meta-analysis of randomized controlled trials. *BMC Sports Science, Medicine and Rehabilitation*, 17 (10), 1–21.

Fotos: mlammarkovic/78, Andrey Popov – stock.adobe.com

# HYGIENE MIT SYSTEM!

BESTWIPES

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



## KENNENLERN-ANGEBOT

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

H 90 cm, Ø 30 cm, mattschwarz / Edelstahl, zzgl. MwSt. und Lieferung. **Alle Produkte sind sofort verfügbar!**



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

8193 Eglisau – Wasterkingergweg 2, M20 Areal  
5452 Oberrohrdorf – Riedweg 8

**JETZT UMSTEIGEN UND  
NUR VORTEILE GENIESSEN!**

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

Proteine in die Ernährung integrieren

# Sind Eiweissriegel sinnvoll?

**Das wachsende Bewusstsein für die gesundheitliche Relevanz einer bedarfsgerechten Proteinzufuhr spiegelt sich in der steigenden Nachfrage nach entsprechenden Lebensmitteln wider. Hersteller reagieren mit einer Ausweitung ihres Angebots, etwa durch Eiweissriegel oder proteinreiche Milchdesserts. Wie nützlich ist der Verzehr?**

Proteine liefern essentielle Aminosäuren, unterstützen den Aufbau und die Erneuerung von Körpergewebe und müssen deshalb regelmässig in ausreichender Menge aufgenommen werden. Die Empfehlungen des BLV unterscheiden sich je nach Alter, Ernährungsweise und Körpergewicht; für gesunde Erwachsene unter 65 Jahren gilt eine tägliche Proteinzufuhr von 0,83 g pro Kilogramm Körpergewicht, was bei einem 70 kg schweren Mann etwa 58 g und bei einer 57 kg schweren Frau rund 47 g Protein pro Tag entspricht (BLV, 2024).

Für Sportlerinnen und Sportler empfiehlt das BLV je nach Intensität und Trainingsumfang eine Zufuhr von 1,0 bis 2,0 g Protein pro Kilogramm Körpergewicht pro Tag (BLV, 2021). Ein 70-Kilogramm schwerer Athlet kann somit abhängig von seiner Belastung einen täglichen Proteinbedarf von bis zu 140 g haben. Um diesen Bedarf zu decken, bieten Hersteller proteinangereicherte Produkte an. Viele davon haben einen Eiweissgehalt von 15 bis 30 Gramm pro Portion, der z. B. mit einer Mahlzeit mit mehreren Eiern vergleichbar ist.

## Eiweissriegel – echte Alternative oder Süssspeise?

Eine eiweissbetonte Ernährung dient nicht nur dem Muskelaufbau. Vor allem bei einer kalorienreduzierten Ernährungsform sorgt es für eine bessere Sättigung und wirkt dem Muskelabbau entgegen. Dadurch kann eine Gewichtsreduktion sinnvoll durch Protein unterstützt werden.

Die eiweissangereicherten Alternativen stellen zwar eine Abwechslung zur klassischen eiweisshaltigen Kost dar, je-

doch sind sie oftmals mit vielen Zusatzstoffen versehen. In Lebensmitteln wie Eiern und Hülsenfrüchten sind neben dem Eiweissanteil zudem auch Vitamine und Mineralstoffe enthalten. Ausserdem besitzen Hülsenfrüchte einen hohen Gehalt an Ballaststoffen, die in Eiweissriegeln und Proteindesserts meist fehlen. Man kann diese Produkte somit eher als Ersatz zu einer herkömmlichen Süssspeise sehen, da dort z. B. oftmals der Zucker- und Energiegehalt reduziert ist. Sie stellen jedoch keine sinnvolle Alternative zu einer eiweissreichen und naturbelassenen Ernährung dar. ■



### Im Fachbereich Ernährung weiterbilden

Der Lehrgang „Berater/in für Sporternährung“ an der BSA-Akademie bietet die Möglichkeit, sich aus wissenschaftlicher und anwendungsorientierter Sicht dem Thema Sporternährung in verschiedenen Sportarten wie Kraft-, Spiel- und Ausdauersport etc. zu widmen. Auch die aktuelle Studienlage zum Nutzen von Nahrungsergänzungsmitteln wird aufgegriffen und diskutiert.

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

### Auszug aus der Literaturliste

Bundesamt für Lebensmittelsicherheit und Veterinärwesen (2021): Empfehlungen zu Proteinen. Zugriff am 11.07.2023. Verfügbar unter <https://www.blv.admin.ch/dam/blv/de/dokumente/lebensmittel-und-ernaehrung/ernaehrung/empfehlungen-proteinen.pdf.download.pdf/empfehlungen-proteinen.pdf>

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte [info@fitness-tribune.com](mailto:info@fitness-tribune.com).

Foto: DHPG/BSA



**TEILNEHMEN UND GEWINNEN!**

## Future Ready People & Culture: HR als Treiber der Digitalisierung

Die Hoffnung vieler Unternehmen, beim Thema Digitalisierung nur mit der Optimierung ihrer Prozesse wettbewerbsfähig zu bleiben, hat sich nicht erfüllt. Dieses Buch macht schonungslos sichtbar, wo wir gerade bezüglich Digitalisierung stehen. Die Autorinnen und Autoren legen die Lupe auf den Personalbereich – einem der unterschätztesten und wichtigsten Bereiche, um die Transformation zu schaffen. Sie zeigen, welche Veränderungen hier bevorstehen und wie Personalbereiche schon jetzt einen erheblichen Beitrag leisten können. Das Buch enthält zahlreiche Erfolgsgeschichten namhafter Unternehmen sowie Beiträge u. a. von Prof. Dr. Gunther Olesch, Dr. Holger Schmidt, Laura Bornmann und Johanna Geisler.



Dominique René Fara (Hrsg.) | Future Ready People & Culture: HR als Treiber der Digitalisierung | Haufe, 2023 | ISBN: 978-3648169476

### TEILNEHMEN UND GEWINNEN!

Wie hat Ihnen unsere neue Ausgabe der FT gefallen? Nehmen Sie bis zum 24. März 2026 an unserer Leserumfrage teil und gewinnen Sie das Buch „**Future Ready People & Culture: HR als Treiber der Digitalisierung**“ von Dominique René Fara! Scannen Sie einfach den QR-Code oder nutzen Sie folgenden Link:

[bit.ly/umfrage\\_ft\\_219](https://bit.ly/umfrage_ft_219)

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



## NETFLIX

### MATCHROOM DIE GRÖSSTEN SPORT-SHOWMASTER

2023 | 12 | 6 Folgen | Dokumentation

Unverfroren, mutig und echt kinoreif – Barry und Eddie Hearn, das Vater-Sohn-Gespann aus Essex, das Matchroom, eine milliardenschwere Sportmarketingagentur, betreibt. Mit nur ein paar Hundertpfund Startkapital baute Barry sein Imperium auf und hofft nun, dass sein Sohn Eddie in seine Fuststapfen tritt. Diese Dokuserie ist mehr als nur ein Blick hinter die Kulissen: Sie ist ein Platz in der ersten Reihe – mit Blick auf die wahre Geschichte eines Familienunternehmens.

**STREAM NOW**

**ALL EPISODES**

Foto: Netflix



# DA GENERAZIONI PER LE GENERAZIONI

Care deciditrici e cari decisori del settore fitness,

ciò che negli anni '70 è nato come fenomeno di nicchia è ormai diventato una parte integrante della nostra società. Da generazioni accompagniamo persone di età diverse nel loro percorso verso maggiore salute e qualità di vita.

Che si tratti di Babyboomer, Generazione X, Y, Z o oggi della Generazione Alpha – ogni generazione porta con sé valori, bisogni e abitudini propri. Le nostre aree di allenamento sono lo specchio perfetto di questa individualità. Ma ciò che, al di là di tutte le differenze, ci unisce è il desiderio di salute, significato e comunità.

Mai come oggi le fasce d'età presenti nei nostri centri sono state così diverse. Le persone più mature si allenano per vitalità, mobilità e qualità di vita. Le più giovani cercano equilibrio, sfida e comunità. Nel mezzo si trova un ampio spettro che dimostra ogni giorno come il fitness sia diventato un legame tra le generazioni.

La sfida? Riunire aspettative diverse – che si tratti dei clienti, del team o della successione aziendale. Il nostro obiettivo deve essere costruire ponti, non creare compartimenti.

Che cosa rende oggi vincente un concetto di fitness? Oltre alla qualità dell'assistenza e dell'allenamento, si tratta di esperienza, emozione e senso di appartenenza. L'imprenditrice Julia Röthlisberger porta a Zurigo Barry's, un format che fonde brand e community in modo esemplare (da p. XY).

Buzz Fitness a Vienna è sinonimo di consapevolezza corporea e salute – immerso in un ambiente che unisce allenamento e comfort. L'offerta segue una linea guida chiara e visionaria. La direttrice Mira Knopf e il proprietario Alexander Knopf parlano da pagina XY del loro concept unico in Austria.

Il Freeski vive di salti spettacolari, leggerezza apparente e momenti che sembrano senza sforzo. Ma dietro queste immagini c'è molto più del talento o del coraggio. Ci sono struttura, disciplina e una profonda conoscenza del proprio

corpo, che rendono possibili queste prestazioni eccezionali. Da pagina XY, Fabian Bösch, campione del mondo di Slopestyle e Big Air, offre uno sguardo sul suo allenamento e sulla preparazione ai Giochi Olimpici 2026 a Milano e Cortina d'Ampezzo.

Le generazioni Z e Alpha stanno cambiando radicalmente il mercato del lavoro e i comportamenti di consumo. Nell'intervista, il ricercatore delle generazioni Yannick Blättler mostra perché le aziende del fitness non devono temere questo cambiamento – ma anzi possono sfruttarlo strategicamente per crescere e diventare datori di lavoro più attrattivi (da p. XY).

Come possa riuscire un passaggio generazionale lo raccontano Nico e Renzo Kressig nell'intervista da pagina XY. Padre e figlio parlano del loro approccio personale alla successione aziendale, dell'equilibrio tra tradizione e innovazione e della visione comune per il futuro della loro impresa.

Naturalmente anche in questo numero troverete articoli specialistici di grande interesse: Kathrin Buff affronta il tema dell'allenamento in armonia con il ciclo femminile (da p. XY) e Solana Dietrich approfondisce l'argomento del biohacking (da p. XY).

Il nostro settore ha un grande privilegio: unisce persone che nella vita quotidiana spesso hanno pochi punti di contatto. Ma sull'area di allenamento non conta l'anno di nascita, bensì l'obiettivo comune. Qui le generazioni si incontrano alla pari – non l'una contro l'altra, ma insieme. Ed è proprio questo che ci rende così speciali.

Con questo auguro una piacevole lettura.

Con affetto,  
Yvonne Albers  
Caporedattrice, FITNESS TRIBUNE

# DEPUIS DES GÉNÉRATIONS ET POUR BIEN D'AUTRES À VENIR



Chers lecteurs et chères lectrices, vous qui prenez les décisions dans le secteur du fitness,

Beaucoup d'eau a coulé sous les ponts depuis les années 70 : de niche, le secteur est désormais incontournable dans notre société. Nous avons déjà accompagné plusieurs générations dans leur parcours vers une meilleure santé et une qualité de vie optimale.

Chaque génération (boomers, X, Y, Z et désormais Alpha) a des valeurs, des besoins et des habitudes qui lui sont propres. Nos espaces d'entraînement répondent parfaitement à toutes ces attentes. Cela étant, au-delà de nos différences, nous restons soutenus par notre quête de santé, de communauté et de sens.

Nos studios n'avaient jusqu'à présent jamais accueilli des catégories d'âge aussi diverses. Les séniors s'entraînent pour garder la forme, préserver leur mobilité et améliorer leur qualité de vie. En quête d'équilibre et d'une communauté à laquelle s'identifier, les plus jeunes, quant à eux, cherchent plutôt à repousser leurs limites. Et entre les deux ? Un large éventail qui, jour après jour, montre que le fitness est un phénomène universel qui rassemble toutes les générations.

Et l'enjeu est de taille : satisfaire à la fois les exigences des clients et celles de l'équipe, tout en résolvant la question de la succession de l'entreprise n'est pas une mince affaire. Tisser des liens entre les gens plutôt que les cataloguer doit être notre maître-mot.

Comment assurer la réussite d'un concept de fitness aujourd'hui ? Outre la qualité de la prise en charge et de l'entraînement, l'ambiance, la passion et la communauté sont des aspects incontournables. Avec Barry's, l'entrepreneuse Julia Röthlisberger importe à Zurich cette synergie entre marque et communauté (p. XY et suivantes).

Le studio Buzz Fitness, à Vienne, est synonyme de conscience corporelle et de santé, le tout implanté dans un environnement tout confort et propice à l'entraînement. Une offre inscrite dans une vision claire. À partir de la page XY, Kira et Alexander Knopf, respectivement directrice et propriétaire, nous parlent de leur concept inédit en Autriche.

À première vue, le ski freestyle n'est que sauts spectaculaires, légèreté et facilité. Pourtant, derrière ces apparences se cache bien plus que du talent ou du courage. Un cadre structuré, de la discipline et une compréhension approfondie de son corps sont les clés de telles performances. À partir de la page XY, Fabian Bösch, champion du monde de slopestyle et de big air, nous parle de son entraînement et de sa préparation en vue des Jeux olympiques d'hiver 2026, qui se tiendront à Milan et Cortina d'Ampezzo.

Les générations Z et Alpha ont profondément changé le marché du travail et les habitudes de consommation. Dans un entretien, Yannick Blättler, chercheur et spécialiste des générations, nous explique pourquoi les entreprises de fitness n'ont aucune raison de redouter ces changements, et qu'elles doivent plutôt les prendre en compte dans le cadre d'une stratégie de croissance et afin d'améliorer leur attrait en tant qu'employeurs (p. XY et suivantes).

À partir de la page XY, Niko et Renzo Kressig nous expliquent comment réussir ce passage de flambeau. Dans notre entretien, le père et le fils parlent de leur conception de la succession, du juste milieu entre l'ancien et le nouveau, ainsi que de leur vision commune pour le futur de leur entreprise.

Bien entendu, ce numéro propose également des articles scientifiques riches en informations : s'adressant directement aux femmes, Kathrin Buff s'intéresse à l'entraînement synchronisé avec le cycle menstruel (p. XY et suivantes), tandis que Solana Dietrich se penche sur la question du bio-hacking (p. XY et suivantes).

Notre secteur jouit d'un immense privilège : il crée du lien entre des gens qui n'ont souvent pas grand-chose en commun dans leur vie quotidienne. En effet, le studio abolit la barrière de l'âge, toutes les générations poursuivant un objectif commun. Tous s'y retrouvent sur un pied d'égalité, pour coopérer et partager, et non pour s'affronter. C'est précisément ce qui nous rend unique.

Sur ce, je vous souhaite une bonne lecture.

Sincèrement,  
Yvonne Albers  
Rédactrice en chef du FITNESS TRIBUNE

INSERENTENVERZEICHNIS	
ACISO CONSULTING GmbH	23
best4health GmbH	73
EGYM SE	35
Fimex Distribution AG	43, 61
Fitness-Experte AG	90
GoodDays GmbH	47
gym80 International GmbH	U1
Health Company GmbH	15
Jobform GmbH	53
Johnson Health Tech (Schweiz) GmbH	U2, 28
milon industries GmbH	U4
Neogate AG	4
Qualitop	89
RX Deutschland GmbH	11
RKS GmbH	83
SAFS AG	55, 77, 81
SAFS Hochschule für Bewegungs- und Gesundheitsmanagement	45
Soledor AG	U3

### SCHULEN & BILDUNGSINSTITUTIONEN




**SAFS**  
HOCHSCHULE  
FÜR BEWEGUNGS- UND  
GESUNDHEITSMANAGEMENT

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



**SAFS**  
HOCHSCHULE  
FÜR BEWEGUNGS- UND  
GESUNDHEITSMANAGEMENT

[www.safs-hochschule.ch](http://www.safs-hochschule.ch)




Deutsche Hochschule  
für Prävention und Gesundheitsmanagement  
University of Applied Sciences

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



**FITS PRO**  
EDUCATION

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



**HWS**  
Huber Widemann Schule

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



**star**  
school for training and recreation

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



Swiss  
Prävensana  
Akademie  
Fachschule für Gesundheitsberufe

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



**UPDATE**  
akademie

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

### VERBÄNDE



**swiss active**  
Interessengemeinschaft Fitness Schweiz  
Communauté d'intérêt Fitness Suisse  
Comunità di Interessi Fitness Svizzera  
Community of Interest Fitness Switzerland

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



**SFGV**

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



**SPTF**  
SPTV  
Swiss Personal Trainer Federation

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



**S|V|B|O**  
Schweizerischer Verband der Bildungsorganisationen  
Bewegung und Gesundheitsförderung

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

### INFORMATIONEN ZU ...



**swiss active**  
Interessengemeinschaft Fitness Schweiz  
Communauté d'intérêt Fitness Suisse  
Comunità di Interessi Fitness Svizzera  
Community of Interest Fitness Switzerland



**QualiCert**  
CERTIFIED QUALITY



**qualitop**

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



**Fit[Safe]**

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



**SFGV**  
Fitnessguide

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

# qualitop

## WIR GARANTIEREN QUALITÄT

QUALITÄTSLABEL FÜR FITNESS- & GESUNDHEITSFÖRDERUNG



WIRKSAMES  
TRAINING



SICHERES  
TRAINING



GEPRÜFTER ANBIETER

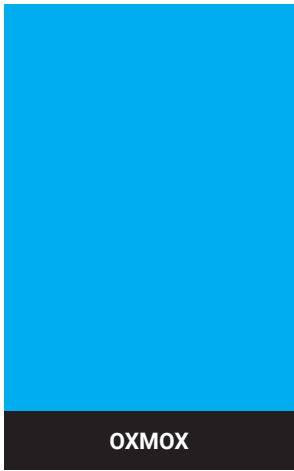


KRANKENKASSEN  
ANERKANNT

Informationen & Anmeldung

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





**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

**© 1988-2025 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 2025/2026**

Ausgabe:	Einsendeschluss für Redaktion:	Einsendeschluss für Anzeigen:	Erscheinungsdatum:
Nr. 220, April/Mai	18.02.2026	04.03.2026	2. Aprilwoche 2026
Nr. 221, Juni/Juli	06.05.2026	20.05.2026	3. Juniwoche 2026
Nr. 222, August/September	01.07.2026	15.07.2026	3. Augustwoche 2026

Anzeige

# WISSEN, WAS DIE BRANCHE BEWEGT:

auch online



Fitness Tribune

fitness\_tribune

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

