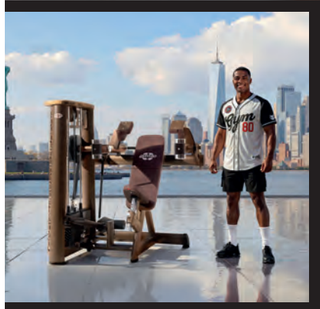
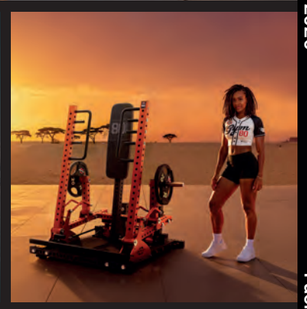










BUILT STRONG. WORLDWIDE.

24 / 7 / 365 trainiert und arbeitet irgendwo auf der Welt jemand an unseren Maschinen, drückt Stahl, kämpft und wächst. Unsere Kraftgeräte verbinden Länder, Kulturen und Menschen – weltweit.
Entdecke die ganze Welt von gym80 und erlebe, dass Stärke keine Grenzen kennt.

gym80.ch

CHECK OUT OUR NEW MACHINES

Die Anzeige enthält KI-generierte Bildinhalte

FITNESS TRIBUNE

39. Jahrgang, Ausgabe 4, Nr. 222, August / September 2026

Fachmagazin für Fitness, Wellness & Gesundheit

FITNESS® TRIBUNE

Nr. 222 August / September 2026

20
HYBRID ZONE RHEINTAL
Zwischen Trend und Nische

26
LUKAS FÄHNDRICH
Vom Berufsschullehrer zum FIFA-Schiedsrichter

50
MYGYM PRIME MONDSEE
Erfolg mit Herz, Mut und Innovation

fitnesstribune.com

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

EGYM

Smart Strength Series 3

Präzise Hardware trifft auf die Intelligenz des EGYM Ökosystems.



best4health

InBody



Präzise Körperanalyse - wissenschaftlich validiert

- **Messbereiche von 5 kHz bis 3‘000 kHz**
  direktsegmental gemessen
- **99% reproduzierbare Messergebnisse**
  dank 8-Punkt-Kontaktelektroden
- **Über 5‘000 Forschungsarbeiten**
  inkl. Validierungsstudien vertrauen auf diese Präzision

Wann vertraust auch du auf InBody?

Jetzt informieren:

best4health
Exklusiver Vertrieb von InBody für die Deutschschweiz
best4health gmbh | Grindelstrasse 12 | 8303 Bassersdorf
www.best4health.ch | Tel. +41 44 500 31 80



Erfolgreich Personal finden

JOBFITNESS.ch

Das NO.1 Fitness Stellenportal der Schweiz!



BRANDING IN DER FITNESSBRANCHE – **MARKEN STÄRKEN, VERTRAUEN GEWINNEN**

Liebe Leserinnen und Leser,

Marken begleiten uns jeden Tag. Manche verschwinden nach kurzer Zeit wieder vom Markt, andere prägen Generationen und werden zum Synonym für Qualität, Vertrauen und Beständigkeit. Gerade in der Fitnessbranche, die von Innovationen, Trends und stetigem Wandel lebt, zeigt sich, dass nachhaltiger Erfolg mehr braucht als ein modernes Studio, ein neues Trainingskonzept oder einen bunten Social-Media-Auftritt.

Mit dem Tod von Les Mills Senior hat unsere Branche vor wenigen Wochen einen ihrer bedeutendsten Pioniere verloren. Er hinterlässt eine Marke, die seit Jahrzehnten für Beständigkeit, Gemeinschaft und höchste Qualitätsstandards steht. Sein Lebenswerk erinnert uns daran, dass starke Marken nicht über Nacht entstehen, sondern durch eine klare Idee, ihre konsequente Weiterentwicklung und das Vertrauen der Menschen, die sich mit ihnen identifizieren.

Genau darum geht es in dieser Ausgabe der FITNESS TRIBUNE. Branding ist mehr als Design oder Marketing. Eine starke Marke vermittelt Orientierung, schafft Glaubwürdigkeit und gibt Kunden ebenso wie Mitarbeitenden Sicherheit. Gerade in einem zunehmend umkämpften und differenzierten Markt wird Vertrauen zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

Die Hybrid Zone Rheintal gehört zu den jüngeren Fitnessunternehmen der Region. Im Interview (ab S. 20) berichten Shelly und Maximilian, wie aus ihrer Idee ein eigenes Studio entstand, welche Herausforderungen die Gründung mit sich brachte und welches Potenzial sie im Hyrox® sehen.

Das MYGYM Prime Mondsee steht für Weiterentwicklung, Innovationsbereitschaft und eine besondere persönliche Geschichte. Ab S. 50 erläutert Conny Hörl, weshalb das Center für sie einen ganz speziellen Stellenwert hat und welche Chancen sie im Crowdinvesting für Fitnesscenter sieht.

Lukas Fähndrich ist einer der wenigen Schweizer FIFA-Schiedsrichter, der auch bei internationalen UEFA- und FIFA-Wettbewerben zum Einsatz kommt. Im Interview (ab S. 26) spricht er über seinen Weg an die Spitze, warum Fehler ihn besser machen und warum selbst ein Urlaub in Thailand nicht ohne Intervalltraining auskommt.

Im Interview (ab S. 31) erläutert Thomas Küttner, Chief Customer Experience & Digital Officer der movemi AG, warum starke Fitnessmarken nicht in der Werbung, sondern im konsequent gestalteten Kundenerlebnis entstehen – digital wie vor Ort.

Nico Suter, Leiter Entwicklung von Iron BodyFit Schweiz, spricht im Interview (ab S. 34) darüber, welche Rolle Vertrauen und Standards sowie unternehmerische Verantwortung und Eigeninitiative als Franchisenehmer spielen.

Mit Dario Danubio und Alessandro Biassoni Schmitz verstärken zwei Vertreter inhabergeführter Fitness- und Gesundheitscenter den Vorstand von swiss active. Im Interview (ab S. 38) sprechen sie über ihre Motivation für das Verbandsengagement, die Herausforderungen der Schweizer Fitnessbranche und darüber, welche Impulse sie für die Zukunft setzen möchten.

Mit der zweiten Ausgabe der Eckdatenstudie DACH liegt erneut ein Vergleich der Fitnessmärkte in der Schweiz, Österreich und Deutschland vor. Ab S. 58 zeigen wir, welche Entwicklungen die Fitnesswirtschaft im deutschsprachigen Raum aktuell prägen.

Auch in dieser Ausgabe erwarten Sie selbstverständlich wieder praxisnahe Fachbeiträge zu aktuellen Themen.

Wer eine Marke aufbauen möchte, muss wissen, wofür sie stehen soll. Authentizität lässt sich nicht inszenieren. Sie entsteht aus gelebten Werten, einer klaren Positionierung und dem täglichen Anspruch, diese Versprechen einzulösen.

In diesem Sinne viel Spass beim Lesen.

Herzlichst
Ihre Yvonne Albers
Chefredakteurin, FITNESS TRIBUNE

HIGHLIGHTS DIESER AUSGABE



Hybrid Zone Rheintal: Wie aus einer „Schnapsidee“ ein Fundament wurde 20



Lukas Fähndrich: Man muss weder Marathonläufer noch Bodybuilder sein 26



Nico Suter: Franchise heisst nicht automatisch Erfolg 34

Anzeige

neogate

Zutrittskontrolle Bezahlsysteme Schrankschlösser RFID-Datenträger



Ihr Digitalisierungspartner

Neogate AG | Thurgauerstrasse 117 | CH-8152 Glattpark

www.neogate.ch | info@neogate.ch | 044 301 30 00

- Vertretung von gantner



MYGYM Prime Mondsee: Erfolgsgeschichte mit Herz 50



Thomas Küttner: Eine Marke entscheidet sich nicht im Werbespot 30



Eckdaten DACH: Wie entwickeln sich die Fitnessmärkte? 58

IHRE MEINUNG IST UNS WICHTIG!

Nehmen Sie bis zum 30. September 2026 an unserer Leserumfrage teil und gewinnen Sie das Buch **„Warum unsere Chefs plötzlich so nett zu uns sind – und warum sie es wahrscheinlich sogar ernst meinen."** von Wolfgang Jenewein (mehr zum Buch auf S. 88)! Einfach QR-Code scannen oder Link nutzen: **bit.ly/umfrage_ft_222**

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

INHALTSVERZEICHNIS

TITELSTORY

EGYM: Warum Longevity mehr als ein Trend ist 6

SCHWEIZ

Les Mills: Nachhaltiges Clubwachstum – wie gelingt's? 8
Dual studieren in der Schweiz 12
Matrix + seca: PACE 14
Weiterbildung in der Branche: SAFS-Absolvent im Interview 16
Mountain Move: Health Days Flims 2026 18
Hybrid Zone Rheintal: Zwischen Trend und Nische 20
Lukas Fähndrich: Vom Lehrer zum FIFA-Schiedsrichter 26
Thomas Küttner: Vom Marketing zur Customer Experience 30
Nico Suter: Wie er zum Franchisenehmer wurde 34
Neue Vorstandsmitglieder bei swiss active im Interview 38
Roger Erni: „Professional Bachelor" & „Professional Master" 42
swiss active News 44
Swiss News 46

ÖSTERREICH

MYGYM Prime Mondsee: Erfolg mit Herz, Mut und Innovation 50
Austria News 55

INTERNATIONAL

Aufstiegskongress 2026: Impulse für Führung und Zukunft 56
Eckdaten DACH 2026 58
#BEACTIVE DAY 2026 62
International News 64

KOLUMNE

René Stoss 66
Eric-Pi Zürcher 68
Edy Paul 70

KNOW-HOW

Erfolgsfaktor Betreuung 72
Ruhe und Resilienz: Prinzip mit Tiefe 76
Community im Fitnessmarkt 80
Health News 84
Education News 86
Media News 88

Warum Longevity mehr als ein Trend ist –

und wie EGYM daraus deinen Wettbewerbsvorteil macht

Die Fitnessbranche hat in den vergangenen Jahrzehnten viele Trends erlebt. Doch nur wenige Entwicklungen besitzen das Potenzial, die Branche ähnlich grundlegend zu verändern wie das Thema Longevity. Mit zwei Innovationen – dem verbesserten EGYM BioAge und dem neuen Longevity-Trainingsprogramm – bringt EGYM dieses Zukunftsthema nun konkret auf die Trainingsfläche und schafft für Betreiber neue Möglichkeiten für Positionierung, Differenzierung und Mitgliederbindung.



Menschen möchten heute nicht mehr nur gut aussehen oder einige Kilogramm verlieren. Sie wollen möglichst lange gesund, leistungsfähig und unabhängig bleiben. Die Frage lautet nicht mehr: „Wie werde ich fit?“, sondern: „Wie bleibe ich es möglichst lange?“ Damit verändert sich auch die Rolle von Fitness- und Gesundheitsanbietern. Studios werden zunehmend zu Orten der Prävention, Gesundheitsförderung und langfristigen Leistungsfähigkeit. Genau hier eröffnet sich eine enorme Chance für Betreiber – vorausgesetzt, sie schaffen es, Gesundheit nicht nur zu versprechen, sondern sichtbar und messbar zu machen.

Klassische Fitnessmetriken: nur ein Teil der Geschichte

Gewicht, BMI oder Trainingshäufigkeit erzählen nur einen kleinen Teil der Geschichte. Für langfristige Gesundheit sind andere Faktoren entscheidend: Muskelmasse, Kraft, kardiorespiratorische Fitness, Stoffwechselgesundheit oder Beweglichkeit. Die Wissenschaft ist sich inzwischen erstaunlich einig: Wer seine Muskelmasse erhält, seine VO_2max verbessert und mobil bleibt, erhöht seine Chancen auf ein langes, gesundes Leben erheblich. Doch wie macht man diese Faktoren für Mitglieder verständlich und motivierend sichtbar?

BioAge: Wenn Gesundheit messbar wird

Mit dem EGYM BioAge erhalten Mitglieder einen leicht verständlichen Indikator für ihre Gesundheitsspanne – also die Jahre, die sie voraussichtlich gesund und leistungsfähig verbringen werden.

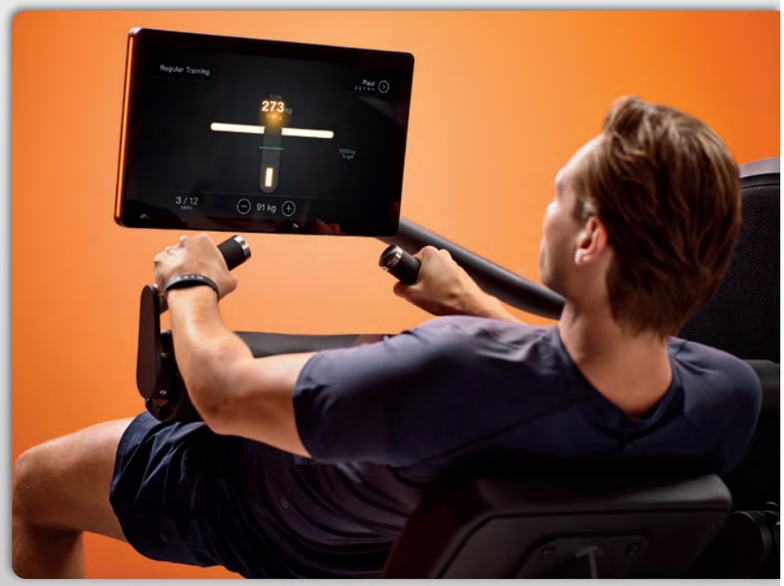
Mit dem aktuellen Update hat EGYM die Berechnung grundlegend überarbeitet. Grundlage bilden Millionen realer Trainingseinheiten aus dem weltweiten EGYM-Netzwerk sowie aktuelle sportwissenschaftliche Erkenntnisse. Neue altersbezogene Vergleichswerte sorgen für deutlich präzisere und aussagekräftigere Ergebnisse. Für Betreiber entsteht dadurch ein neues Kommunikationsinstrument. Ein Mitglied, das erfährt, dass sein biologisches Alter deutlich über seinem tatsächlichen Alter liegt, führt ein anderes Gespräch

Fotos EGYM SE

als jemand, der lediglich hört, er solle „mehr trainieren“. BioAge macht Training persönlich, konkret und emotional relevant.

Von der Messung zur Verbesserung

Messbarkeit allein reicht allerdings nicht aus. Wenn die Fitnessbranche ernsthaft über Longevity sprechen möchte, muss sie die Frage beantworten, wie Mitglieder ihre Gesundheitsspanne tatsächlich verbessern können. Genau hierfür hat EGYM seine Trainingsprogramme grundlegend überprüft und weiterentwickelt. Das neue Trainingsprogramm „Longevity“ basiert auf aktuellen Erkenntnissen der Trainingswissenschaft und Altersforschung sowie auf der Auswertung von Millionen realer Workouts innerhalb des EGYM-Ökosystems. Im Mittelpunkt steht nicht maximale Erschöpfung, sondern nachhaltige Leistungsentwicklung über Jahrzehnte hinweg. Das Ziel ist der Erhalt jener Fähigkeiten, die nachweislich entscheidend für gesundes Altern sind: Muskelmasse, Knochendichte, Beweglichkeit, Belastbarkeit und kardiovaskuläre Leistungsfähigkeit.

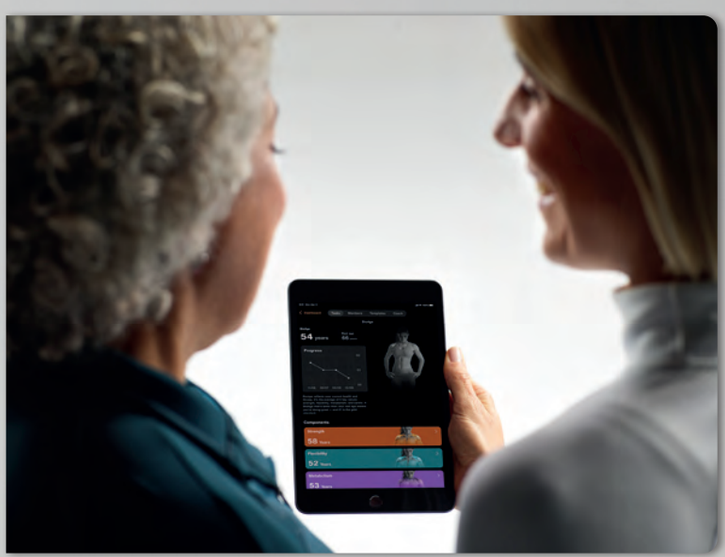


Eine neue Trainingslogik

Das neue Longevity-Ziel in EGYM Genius AI kombiniert automatisch die wissenschaftlich empfohlenen Anteile aus Kraft-, Ausdauer- und Beweglichkeitstraining und ergänzt diese durch speziell entwickelte Programme auf Smart Strength und Smart Cardio. Für Mitglieder entsteht dadurch ein Trainingsansatz, der sich weniger nach kurzfristiger Höchstleistung und deutlich stärker nach nachhaltiger Gesundheit anfühlt.

Eine neue Positionierung für Studios

Für Betreiber ist dies der eigentlich spannende Aspekt: Die Fitnessbranche konkurriert längst nicht mehr ausschliesslich mit anderen Studios. Sie konkurriert um Aufmerksamkeit im Gesundheitsmarkt. Wer seinen Mitgliedern glaubwürdig dabei unterstützen kann, länger gesund und leistungsfähig zu bleiben, besetzt eine deutlich stärkere Position als Anbieter, die nur über Gewichtsreduktion oder Muskelaufbau sprechen.



Longevity liefert dafür die Erzählung.

Und BioAge liefert die Messbarkeit.

Gemeinsam entsteht ein Kreislauf aus Diagnose, personalisiertem Training und sichtbaren Fortschritten – genau jene Art von Betreuungserlebnis, die langfristige Motivation und Mitgliederbindung fördert.

Jetzt ausprobieren

Die gute Nachricht für Betreiber: Longevity ist längst kein Zukunftsthema mehr. Mit dem neuen BioAge und dem Longevity-Programm stellt EGYM die notwendigen Werkzeuge bereits heute zur Verfügung. Vielleicht ist genau jetzt der richtige Zeitpunkt, das Thema nicht nur zu beobachten, sondern aktiv auszuprobieren. Denn die vielleicht wichtigste Kennzahl der Fitnessbranche der kommenden Jahre könnte nicht die Zahl der Trainingsbesuche sein, sondern die Zahl gesunder Lebensjahre, zu denen Studios beitragen können. ■

Erfahre mehr über BioAge und Longevity:

E G Y M

Kontakt:
freddy.mora@egym.com
daniel.holstraeter@egym

Krafttraining für alle

Nachhaltiges Clubwachstum – wie gelingt's?

Krafttraining boomt – die Nachfrage ist so hoch wie nie zuvor. Dennoch halten unsichtbare Hindernisse viele Trainierende davon ab, ihr Potenzial voll auszuschöpfen. Wie können Fitnessclubs diese Barriere überwinden und eine enorme Wachstumschance für sich nutzen?

Fitnessangebote vor Ort gewinnen im Wellnessmarkt weiter an Bedeutung. Laut der von Jo Bryce aufgegriffenen McKinsey-Studie zählt In-Person Fitness zu den Bereichen mit Wachstumspotenzial. Besonders Fitnesskurse vor Ort und Personal Training gehören zu jenen Angeboten, für die Konsumentinnen und Konsumenten künftig höhere Ausgaben erwarten. Für Fitnessanlagen ergibt sich daraus eine klare Chance: Betreute Trainingsangebote können Motivation, Verbindlichkeit und Orientierung schaffen und sowohl neue Trainierende als auch bestehende Mitglieder gezielt ansprechen (Bryce, 2024).

Aktuelle Zahlen des European Health and Fitness Report verdeutlichen den Wandel im Trainingsverhalten der Europäer. Während im Januar 2022 erst 34 Prozent der aktiven Bevölkerung regelmässig Fitnessanlagen besuchten, lag dieser Anteil Anfang 2025 bereits bei 51 Prozent. Die Nutzung von Heimtrainingsangeboten sank im selben Zeitraum von 65 auf 51 Prozent (Bryce, 2025). Laut Daten der Health and Fitness Association (HFA) stiegen in den USA die Besucherzahlen in Fitnessanlagen im ersten Halbjahr 2025 um 3,5 Prozent, während die durchschnittliche monatliche Besuchsfrequenz um weitere 1,4 Prozent zunahm (Health & Fitness Association, 2025). Diese Entwicklung zeigt, dass bestehende Mitglieder engagierter trainieren, während immer mehr Menschen den Weg ins Fitnessstudio finden. Besonders bei jungen Menschen hat sich Fitness längst von einem reinen Gesundheitsthema zu einem Lifestyle entwickelt, damit wächst auch die Bedeutung eines gemeinschaftlichen, persönlichen Trainingserlebnisses.

Gemeinschaft und Vielfalt als Erfolg

Die Ursachen für diese Entwicklung sind vielfältig. Fitness



Foto: Les Mills Marketing Central

besitzt insbesondere bei jüngeren Generationen einen hohen gesellschaftlichen Stellenwert. Gleichzeitig gewinnen soziale Interaktion, professionelle Betreuung und gemeinschaftliche Trainingserlebnisse zunehmend an Bedeutung und lassen sich nur eingeschränkt durch digitale Trainingsformen ersetzen.

DIE ANZAHL AN MITGLIEDERN IN DEN FITNESSANLAGEN STEIGT, WÄHREND DIE NACHFRAGE NACH HEIMTRAINING ZURÜCKGEHT.

Doch selbst die motiviertesten Mitglieder verlieren das Interesse, wenn das Training zur Routine wird. Da fast die Hälfte aller aktiv Trainierenden rund zwölfmal pro Monat trainiert, ist Abwechslung kein Bonus mehr, sondern eine Voraussetzung für Motivation, Trainingsfreude und eine langfristige Mitgliederbindung. Für Fitnessanbieter eröffnet sich damit eine grosse Chance: Wer innovative und gemeinschaftsorientierte Trainingsformate anbietet, kann neue Zielgruppen ansprechen. Gefragt sind Erlebnisse, die wirksam sind, individuelle Ziele unterstützen und das Gemeinschaftsgefühl stärken (Les Mills, 2025a).

Krafttraining als zentraler Wachstumstreiber

Ein Ziel steht dabei besonders im Fokus: der Aufbau und Erhalt von Kraft. Im Vereinigten Königreich war die Verbesserung beziehungsweise Erhaltung der körperlichen Kraft im Jahr 2025 der wichtigste Grund für den Abschluss einer Fitnessstudio-Mitgliedschaft (ukactive, 2025). In den USA wurde Muskelaufbau 2025 als wichtigstes Gesundheitsziel genannt, Krafttraining bleibt die gefragteste Trainingsform (Health & Fitness Association, 2025).

Die anhaltende Popularität des Krafttrainings eröffnet Fitnessanlagen erhebliche Potenziale. Allerdings profitieren nur jene Anbieter von dieser Entwicklung, die Trainingsangebote schaffen, die unterschiedliche Leistungsniveaus berücksichtigen und bestehende Hemmschwellen reduzieren.

Wonach suchen Mitglieder heute?

Krafttraining, abwechslungsreiche Workouts und gemeinschaftliche Trainingserlebnisse zählen aktuell zu den wichtigsten Erwartungen der Trainierenden. Um dies zu unterstützen, bringt Les Mills mit BODYPUMP HEAVY™ ein neues Gruppenfitnessformat auf den Markt, das gezielt auf die steigende Nachfrage nach Krafttraining reagiert. Das Programm richtet sich an alle Leistungsniveaus (Tustain, 2025): Einsteigerinnen und Einsteiger lernen unter Anleitung zertifizierter Les Mills Instruktoren die richtige Technik, bauen Selbstvertrauen und Kraft Schritt für Schritt auf, während Fortgeschrittene von neuen Trainingsreizen profitieren, um Leistungsplateaus zu überwinden und Kraft weiter zu steigern. So schafft BODYPUMP HEAVY motivierende Trainingserlebnisse, welche die Mitgliederbindung stärken und neue Impulse für Fitnessstudios setzen.



BODYPUMP HEAVY im Vergleich

Gestützt auf die wissenschaftliche Grundlage von BODYPUMP®, dem weltweit beliebtesten Kraftkurs seit über 30 Jahren, setzt BODYPUMP HEAVY auf einfache, kontrollierte Bewegungen mit längeren Erholungsphasen. Es ermöglicht ein sicheres, effektives Krafttraining für alle Leistungsstufen mit Fokus auf Technik und Kontrolle.

Im Gegensatz zum klassischen BODYPUMP mit hohen Wiederholungszahlen (über 1000 Wiederholungen pro Kurs, sogenannter Rep Effect) (Rustaden et al., 2017), das vor allem Kraftausdauer und Aufbau fettfreier Muskelmasse fördert, verfolgt BODYPUMP HEAVY einen stärker kraftorientierten Ansatz. Durch höhere Trainingsgewichte, gezielte Belastung und die Motivation der Gruppe unterstützt BODYPUMP HEAVY den Muskelaufbau, aktiviert den Stoffwechsel und schafft ein effektives, leicht zugängliches Trainingserlebnis.

Chancen für Fitnessanlagen

Für Fitnessanlagen bieten sich hiermit mehrere Vorteile. Das bestehende Krafttrainingsangebot kann ohne zusätzlichen Flächenbedarf erweitert werden und gleichzeitig können neue Zielgruppen angesprochen werden. Insbesondere Personen, die den Einstieg ins Krafttraining suchen oder sich im freien Trainingsbereich unsicher fühlen, profitieren von einem strukturierten, betreuten Zugang.

Erste Erfahrungen aus den Fitnessanlagen von Les Mills New Zealand bestätigen dieses Potenzial. Die Akzeptanz des Programms ist hoch: 82 Prozent der Teilnehmenden würden BODYPUMP HEAVY weiterempfehlen, 80 Prozent planen eine regelmässige Teilnahme und 79 Prozent zeigen sich mit dem Angebot sehr zufrieden (Les Mills, 2025b).

Krafttraining zählt derzeit zur gefragtesten Trainingsform und wird auch künftige Generationen von Fitnessstudiomitgliedern prägen. Philip und Jackie Mills, Gründer und Geschäftsführer von Les Mills, begeistert die Idee schon lange, schwere Gewichte im Takt der Musik zu bewegen. Mit BODYPUMP HEAVY wollten sie die Vorteile des Trainings mit höheren Lasten in den Group-Fitness-Bereich bringen und effektives Krafttraining für alle zugänglich machen. Erste Tests im Studio verliefen äusserst erfolgreich. Teilnehmende schätzen das bewusst langsamere Tempo, das mehr Fokus auf die Bewegungsausführung ermöglicht, während die Musik weiterhin motivierend wirkt (Tustain, 2025).

Neue Zielgruppen erschliessen

Besonders interessant ist, dass BODYPUMP HEAVY verstärkt männliche Mitglieder anspricht. Diese Zielgruppe gilt traditionell als schwieriger, für Gruppenfitnessangebote zu gewinnen und bevorzugt häufig das individuelle Training auf der Trainingsfläche (Tustain, 2025). Die Nähe zum traditionellen Krafttraining sowie der Verzicht auf komplexe Choreografien schaffen einen niederschwelligen Zugang zum Kursraum, ohne auf die motivierende Gruppendynamik zu verzichten.

Auch für neue Mitglieder zeigt das Format eine hohe Attraktivität. Unter professioneller Anleitung können grundlegende Krafttrainingstechniken erlernt und die Sicherheit im Umgang mit Gewichten aufgebaut werden. Gleichzeitig sinkt die Hemmschwelle gegenüber dem freien Trainingsbereich, da erste Erfahrungen im betreuten Umfeld gesammelt werden können.

Die Alternativen im Überblick

Neben BODYPUMP HEAVY und BODYPUMP, den Klassikern unter den Langhantelprogrammen mit Kraftausdauer, gibt es noch weitere kraftorientierte Programme. LES MILLS GRIT Strength ist ein HIIT-Workout, explosive Kraftübungen mit Körpergewicht und Zusatzgewicht werden kombiniert. Kurze, hochintensive Belastungsphasen sorgen für hohen Kalorienverbrauch sowie eine Verbesserung der Kraft, Athletik und Ausdauer. LES MILLS CEREMONY HYROX® und CEREMONY HYROX MAX® sind die neusten Les Mills Programme, entstanden durch die Partnerschaft mit HYROX®. Das funktionelle Zirkeltraining mit oder ohne Equipment kombiniert Kraft und Kardioelemente miteinander, es werden sowohl Muskulatur als auch das Herz-Kreislauf-System gefordert. CEREMONY HYROX MAX ist das intensivierte Performance Training, unter anderem zur Wettkampfvorbereitung für einen HYROX-Event.

Fazit

Die aktuellen Entwicklungen im Fitnessmarkt verdeutlichen, dass Krafttraining, Gemeinschaftserlebnisse und professionelle Betreuung zu den zentralen Erfolgsfaktoren moderner Fitnessanlagen zählen. Konzepte wie BODYPUMP HEAVY können dazu beitragen, bestehende Hemmschwellen abzubauen und neue Zielgruppen für das Krafttraining zu begeistern. Für Fitnessanlagen eröffnet sich damit die Möglichkeit, Krafttraining attraktiver und zugänglicher zu gestalten, die Bindung bestehender Mitglieder zu stärken und gleichzeitig die Basis für nachhaltiges Wachstum zu schaffen. ■



Tashi Voskamp
Die Ärztin arbeitet als GRIT National Trainerin und BODYATTACK® Instruktorin. Als leidenschaftliche Triathletin vereint sie sportliche Praxis und fachliche Expertise und engagiert sich für die Förderung eines aktiven und gesundheitsorientierten Lebensstils.

Auszug aus der Literaturliste

Health & Fitness Association. (2025). US gym visitation on the rise in 2025, according to new HFA tracker. Verfügbar unter: Health & Fitness Association – US Gym Visitation on the Rise in 2025

Tustain, J. (2025). NEU: BODYPUMP HEAVY. Les Mills. Verfügbar unter: https://www.lesmills.com/de/articles/neu-bodypump-heavy

ukactive. (2025). UK Health & Fitness Market Report 2025. London: ukactive.

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

Fotos: SAFS

RUN X™

TECHNOGYM

WORLD ATHLETICS



SEI DABEI BEI DER ERSTEN LAUFBAND WELT-MEISTERSCHAFT

Laufe jederzeit und überall deine schnellste 5km-Zeit. Miss dich mit Läufern weltweit und kämpfe um einen Anteil am Preisgeld von 100'000 $ sowie um den Titel des ersten Laufband Weltmeisters.

MEHR ERFAHREN & MITMACHEN

Spitzensport und duales Studium vereint

IM BREAKAWAY ZUM DOPPELZIEL

Zwischen Eishockey auf höchstem Niveau, Studium und Beruf: Janine Hauser zeigt, wie sich Spitzensport und Karriere erfolgreich miteinander verbinden lassen. Im Interview spricht sie über ihren Weg an die Spitze, ihre Ziele und warum das duale Studium der ideale Begleiter ist.



FITNESS TRIBUNE: Janine, du bist seit mehreren Jahren auf höchstem Niveau im Schweizer Eishockey aktiv. Wie hat deine sportliche Reise begonnen?

Janine Hauser: Schon mit drei Jahren stand ich das erste Mal auf dem Eis. Wegen meines grossen Bruders und Vaters, die beide Eishockey spielen bzw. spielten, hat es auch mich aufs Eis gezogen. Nach dem Durchlaufen aller Juniorenstufen in den Jungsteams beim EHC Urdorf konnte ich ab der U12-Stufe, damals noch Moskitos genannt, zu den ZSC Lions in die Trainings. Ich war auch schon sehr früh im Kader der U18-Nationalmannschaft und konnte vier Weltmeisterschaften bestreiten. Der Schritt in die A-Nationalmannschaft war dann doch deutlich schwieriger und ich brauchte ein bis zwei Jahre, bis ich meine erste WM im Jahr 2021 mit der Nationalmannschaft in Calgary, Kanada, bestritt. Der Weg in die höchste Liga der Schweiz war hingegen nicht ganz so schwierig. Als ich zu alt war, um mit den Jungs auf der U17-Stufe zu spielen, war ich eigentlich fix im Line-up bei den ZSC Lions.

Du hast auch mehrere Schweizer Meistertitel gewonnen. Auf welchen Moment blickst du besonders stolz zurück?

Schwierig zu sagen. Ich freue mich sehr über diese Erfolge. Beim letzten Meistertitel mit den ZSC Lions hatte ich eine gute Rolle im Team und konnte dadurch

> *„ICH WOLLTE MICH IMMER WEITERENTWICKELN – SPORTLICH UND BERUFLICH"*

Fotos: ZSC Lions Frauen (Jessica Schiegel) | SIHF

mit viel Eiszeit zum Erfolg beitragen. Zudem würde ich meine erste U18-WM-Teilnahme als mein kleines Highlight ansehen. Ich war noch sehr jung, die damalige Trainerin schenkte mir aber viel Vertrauen, weshalb ich genügend Eiszeit bekam.

Warum war es dir wichtig, parallel zu deiner Sportkarriere auch ein duales Studium zu absolvieren?
Sport war schon immer ein grosser Teil meines Lebens, doch als Frau ist es sehr schwer, davon leben zu können. Ich hatte zuvor immer nebenbei in einem Teilzeitpensum gearbeitet, doch ich wollte mein Wissen in sportspezifischen Themen vertiefen und weiterentwickeln. Das duale Studium hilft mir nicht nur im Berufsleben durchzustarten, sondern ich kann auch wichtige Inhalte für mein eigenes Training und meine Gewohnheiten mitnehmen. Zudem finde ich es wichtig, sich selbst immer weiterzuentwickeln und zu fördern.

Du studierst den B. A. Fitnessökonomie an der SAFS Hochschule. Was hat dich an diesem Studiengang besonders angesprochen?
Ich würde sagen die Mischung der verschiedenen Module: Man hat sportliche Themen wie Trainingslehre oder Ernährung, aber auch Betriebswirtschaft oder Marketing. Zudem ist das Studium ein duales Studium: Ich kann mir die Lerneinheiten selbst einteilen und habe so neben der Arbeit noch genügend Zeit für Training und Spiele. Das passt super für mich.

Gibt es Inhalte aus deinem Studium, die dir bereits heute auf dem Eis oder bei deiner beruflichen Tätigkeit helfen?
Auf dem Eis selbst nicht, aber im Gym beim Training. Gerade wenn es um die Inhalte der Trainingslehremodule geht, zum Beispiel die verschiedenen Muskelgruppen oder Agonist, Antagonist und Synergist.

Gerade jetzt während meiner Reha ist es auch hilfreich, zu wissen, wie die Ernährung die Heilung beeinflussen und unterstützen kann. Auch den Austausch mit den verschiedenen Dozierenden finde ich sehr spannend, oftmals haben diese aufgrund ganz unterschiedlicher Erfahrungen auch vielseitige Ansichten. Betriebswirtschaftliche Themen helfen mir ausserdem bei meiner Arbeit und es ist eine gute Auffrischung meines bereits aus einer Ausbildung stammenden Know-hows.

Welche Ziele hast du für die kommenden Jahre, sportlich und beruflich?
Sportlich möchte ich den Schritt zurück in die Nationalmannschaft schaffen. Nach den letzten zwei Saisons mit zwei Verletzungen – einmal Schlüsselbeinbruch im November 2024 und einmal die Bänder im Knie kaputt im November 2025 – hoffe ich, die kommenden Saisons verletzungsfrei zu bleiben und mit dem Comeback nach meiner Knieverletzung mein bestmögliches Eishockey zeigen zu können. Ein grosses Ziel ist entsprechend die Heim-WM im Jahr 2028. Da möchte ich unbedingt dabei sein und mit dem Team Grosses erreichen.

Beruflich wünsche ich mir in den kommenden Jahren als Athletiktrainerin tätig zu sein, z. B. in einem Eishockey- oder Unihockeyteam. Ich möchte gern junge Sportlerinnen und Sportler im physischen Bereich zu ihrer bestmöglichen Leistung verhelfen. Darauf bereitet mich mein duales Studium natürlich optimal vor.

Welchen Rat würdest du jungen Athletinnen und Athleten geben, die Spitzensport und Studium kombinieren möch-

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 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

SAFS HOCHSCHULE FÜR BEWEGUNGS- UND GESUNDHEITSMANAGEMENT





MATRIX + seca

Wie medizinische Präzision und KI das Fitnesstraining revolutionieren

PACE

Die Fitnessbranche steht vor einem Paradigmenwechsel: weg vom standardisierten Trainingsplan hin zu individualisierten, datenbasierten Lösungen. Mitglieder erwarten heute mehr als Geräte und Trainingsfläche – sie wollen Orientierung, Sicherheit und messbare Fortschritte. Genau hier setzt PACE, die Personalized Adaptive Coaching Experience von Matrix und seca, an.

PACE verbindet medizinisch fundierte Körperdaten mit intelligenter Trainingssteuerung und schafft so ein durchgängiges, personalisiertes Trainingserlebnis. Das Ergebnis ist ein System, das nicht nur Trainingspläne liefert, sondern Mitglieder aktiv auf ihrem Weg begleitet – verständlich, motivierend und effektiv.

Personalisierung neu gedacht

Viele Trainierende kennen das Problem: Nach der Anmeldung im Studio fehlt oft die klare Richtung. Was trainiere ich? Wie intensiv? Und wie erkenne ich Fortschritte?

Wo bislang die Orientierung fehlte, schafft PACE Klarheit. Das System übersetzt komplexe Daten in konkrete Handlungsempfehlungen und beantwortet die entscheidenden Fragen des Trainingsalltags direkt und verständlich. So entsteht ein Training, das sich nicht nur individuell anfühlt, sondern auch wissenschaftlich fundiert ist. Mitglieder werden aktiv geführt – anstatt sich selbst überlassen zu sein.

Die intelligente Trainingsreise

Im Kern von PACE steht eine klar strukturierte Member Journey, die Mitglieder Schritt für Schritt begleitet:

1. **Messen: Die Grundlage für alles**
   Der Einstieg erfolgt über eine präzise Körperanalyse mit seca-Technologie. Dabei werden relevante Parameter wie Muskelmasse und Körperfettanteil erfasst – validiert nach medizinischen Standards. Diese Daten bilden die Basis für alle weiteren Entscheidungen im Trainingsprozess.

2. **Planen: Individuell statt pauschal**
   Auf Basis dieser Werte, der persönlichen Ziele und eines kurzen Interviews erstellt das System einen individuell zugeschnittenen Trainingsplan. Die KI-gestützte Logik sorgt dafür, dass jedes Programm exakt auf die Bedürfnisse des Mitglieds abgestimmt ist.

3. **Trainieren: Geführt und adaptiv**
   Während des Trainings liefert PACE klare Anweisungen direkt an den Geräten. Intensität, Umfang und Inhalte werden kontinuierlich angepasst – basierend auf Fortschritt, Tagesform und neuen Messwerten.

4. **Verbessern: Sichtbare Motivation**
   Regelmässige Analysen machen Fortschritte sichtbar und greifbar. Gleichzeitig optimiert sich der Trainingsplan automatisch weiter – ein Kreislauf, der Motivation aufrechterhält und langfristige Ergebnisse fördert.

Ein Erlebnis, das Mitglieder bindet

Im Zentrum von PACE steht nicht nur die Technik, sondern das Trainingserlebnis selbst.

Fotos: Johnson Health Tech

Das System führt, motiviert und begleitet – und schafft damit Vertrauen. Gerade für Einsteiger ist dies ein entscheidender Faktor: Sie werden vom ersten Tag an abgeholt und Schritt für Schritt an das Training herangeführt.

Für erfahrene Trainierende wiederum bietet PACE die Möglichkeit, Fortschritte präzise zu verfolgen und ihre Leistung gezielt zu steigern.

Das Resultat ist ein Training, das sich jederzeit richtig anfühlt – weil es sich anpasst.

Vorteile für Studios: Effizienz trifft Differenzierung

Neben dem Mehrwert für Mitglieder bietet PACE auch für Betreiber klare strategische Vorteile.

In einem zunehmend wettbewerbsintensiven Markt wird die Fähigkeit zur Individualisierung zum entscheidenden Differenzierungsmerkmal. Hier setzt PACE neue Massstäbe:

- **Effizienz:** Automatisierte Trainingsplanung reduziert den Zeitaufwand im Studioalltag
- **Skalierbarkeit:** Hohe Betreuungsqualität bei geringem personellen Einsatz
- **Standardisierung:** Konsistente Trainingsqualität über alle Mitglieder hinweg
- **Coaching-Unterstützung:** Datenbasierte Insights stärken die Arbeit von Trainern
- **Kundenbindung:** Sichtbare Fortschritte erhöhen Motivation und Loyalität
- **Wachstumspotenzial:** Differenzierung schafft neue Marktchancen

Damit wird PACE nicht nur zum Trainingssystem, sondern zum strategischen Werkzeug für nachhaltigen Studioerfolg.



Die Zukunft des Fitnesstrainings

Die Anforderungen an Fitnessstudios verändern sich – und mit ihnen die Erwartungen der Mitglieder. Individualisierung, Digitalisierung und messbare Ergebnisse sind längst keine Trends mehr, sondern neue Standards.

Mit PACE entsteht eine neue Qualität des Trainings: datenbasiert, adaptiv und individuell. Die Kombination aus medizinischer Präzision und KI-gestützter Trainingslogik macht aus klassischen Workouts ein intelligentes, geführtes Erlebnis.

Für Mitglieder bedeutet das: mehr Orientierung, mehr Motivation und bessere Ergebnisse.

Für Studios: mehr Effizienz, stärkere Bindung und klare Differenzierung.

PACE zeigt, wie modernes Training heute aussehen kann – und wohin sich die Fitnessbranche entwickelt. ■



Johnson Health Tech. Schweiz GmbH
Riedthofstrasse 214, CH-8105 Regensdorf
Tel: +41 44 843 30 30
switzerland@johnsonfitness.eu
www.matrixfitness.ch

Vom Maschinenbau zur Gesundheitsförderung

Der Quereinsteiger wird zum Branchenexperten



Aaron Martinez (27) arbeitet als Trainer im AuraVita in Rapperswil und begleitet mit viel Leidenschaft Menschen auf dem Weg zu ihren Fitness- und Gesundheitszielen – ob auf der Trainingsfläche oder im individuellen Eins-zu-eins-Coaching. Genauso unterstützt er massgeschneidert bei Training und Ernährung.

FITNESS TRIBUNE: Wie bist du ursprünglich auf die Fitness- und Gesundheitsbranche aufmerksam geworden?
Aaron Martinez: Man kann sagen, dass ich als Sohn eines Kampfkunstlehrers in Trainingsräumen aufgewachsen bin und dadurch schon früh erlebt habe, welchen Einfluss regelmässiges Training und die Arbeit an der eigenen Gesundheit auf das Leben haben können.

Die entscheidende Motivation, selbst in die Fitness- und Gesundheitsbranche einzusteigen, entstand jedoch später durch das TC Training Center in Lachen, in dem ich bereits als Jugendlicher trainierte. Durch Gespräche und Einblicke in den Berufsalltag erhielt ich dort erstmals einen konkreten Eindruck von der Branche und merkte schnell, dass dieser Weg zu mir passt.

Was hat dich motiviert, die Ausbildung zum „Spezialisten Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis“ zu absolvieren?
Ich bin der Meinung, dass Menschen eine richtige Berufung finden können. In meinem Fall lag diese in einem Bereich, in dem ich für andere Menschen einen möglichst grossen Mehrwert schaffen kann. Gleichzeitig bin ich überzeugt, dass dadurch auch für einen selbst mehr Sinn und Erfüllung entstehen.

Die Ausbildung zum „Spezialisten Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis“ erschien mir deshalb als der ideale Weg. Sie bot mir als Quereinsteiger die Möglichkeit, einen neuen beruflichen Weg einzuschlagen, während ich bereits selbstständig lebte und Verantwortung für meinen Alltag trug.

Dass es sich dabei um einen eidgenössischen Fachausweis handelt, war für mich ebenfalls ein wichtiger Faktor: Ich wollte mir eine solide Grundlage schaffen, um mir später weitere Türen für Weiterbildungen und höhere Qualifikationen in diesem Bereich zu öffnen.

Fotos: Aaron Martinez

Warum hast du dich damals für die SAFS entschieden?
Die verschiedenen Center und Betriebe, bei denen ich mich beworben hatte, haben mir immer wieder von den positiven Erfahrungen mit und besonders von der grossen Praxisnähe bei der SAFS erzählt. Ich begann zusätzlich, mich eigenständig zu informieren und zu recherchieren. Und letztlich fiel meine Entscheidung auf die SAFS. Aus meiner persönlichen Erfahrung ist die Entscheidung für die SAFS ein sehr guter Schritt für alle, die praxisnah in die Fitness- und Gesundheitsbranche einsteigen und sich langfristig weiterentwickeln möchten.

Welche Inhalte aus der Ausbildung helfen dir heute am meisten im Berufsalltag?
Ich denke, den grössten Mehrwert in meinem Berufsalltag bieten mir heute die Module rund um Rehabilitationstraining sowie die Inhalte aus dem Bereich Gesundheitstraining. Diese Themen decken einen grossen Teil der Bedürfnisse unserer Kundschaft ab. Die Ausbildung selbst und die Erfahrungen der Dozierenden haben mir viel praxisnahes Wissen vermittelt, das ich direkt anwenden konnte, um Menschen gezielt weiterzuhelfen.

Ein besonders wichtiger Punkt ist für mich aber auch das Thema „Empathie und Ressourcen stärken". Unsere heutige Zeit verändert sich stark und wird zunehmend durch neue Technologien und KI geprägt. Trotzdem bin ich überzeugt, dass echte Betreuung und nachhaltige Begleitung weiterhin persönlich stattfinden müssen. Erst durch Empathie, praktische Erfahrung und fundiertes Fachwissen entsteht die Qualität, die Menschen wirklich weiterbringt. Auch die Inhalte rund um das Thema Ernährung hatten für mich einen grossen Mehrwert. Da jeder Mensch individuelle Voraussetzungen, Ziele und Bedürfnisse mitbringt, helfen uns die Werkzeuge aus der Ausbildung dabei, Training, Gesundheit und Ernährung zu einem ganzheitlichen Konzept zusammenzuführen. Die Philosophie von AuraVita verbindet Training, Therapie und persönliche Betreuung.

Wie erlebst du diesen Ansatz im Alltag?
Ich erlebe diesen Ansatz im Alltag als grosse Bereicherung. Für mich liegt eine besondere Stärke von AuraVita darin, dass Training, Therapie und persönliche Betreuung nicht isoliert betrachtet werden, sondern als gemeinsames Konzept funktionieren. Die Philosophie, Menschen ganzheitlich zu begleiten, ist im Alltag klar spürbar.

Besonders wertvoll ist für mich die enge Zusammenarbeit mit der Physiotherapie, die als eigenständige Partnerfirma direkt im Haus integriert ist. Dadurch entstehen kurze Wege, ein direkter Austausch und verschiedene fachliche Perspektiven auf dieselben Kundinnen und Kunden. Ergänzt wird das durch weitere therapeutische Angebote, wodurch ein breites interdisziplinäres Umfeld entsteht. Auch mit unseren medizinischen Masseuren und weiteren Fachpersonen findet ein regelmässiger Austausch statt. Dieser Wissenstransfer ist für mich sehr motivierend, da man laufend voneinander lernt und sich fachlich weiterentwickeln kann.

Durch die Zusammenarbeit im Haus können wir deutlich individueller und nachhaltiger arbeiten – und genau das macht für mich die Qualität der Betreuung aus.

Was macht dir an deiner Arbeit am meisten Freude?
Was mir an meiner Arbeit am meisten Freude bereitet, ist die Möglichkeit, meine Leidenschaft zum Beruf zu machen und gleichzeitig direkt mitzuerleben, welchen Unterschied unser Handeln im Leben von Menschen machen kann. Besonders erfüllt es mich, zu sehen, dass wir Menschen unterstützen, die viel geleistet haben – sogenannte Alltagsheldinnen, Leistungsträger oder Personen, die unsere Gesellschaft über Jahre mit aufgebaut haben – und sie dabei begleiten, im Alltag, im Alter oder im Freizeitbereich gesund und aktiv zu bleiben.

Sehr motivierend ist für mich auch das direkte Feedback der Kundinnen und Kunden. Wenn ich höre, dass sich ihr Wohlbefinden verbessert hat, Schmerzen reduziert wurden oder Stress besser bewältigt werden kann, gibt mir das jedes Mal neue Energie und bestätigt meinen Weg.

Diese Erfahrungen sind für mich ein grosser Antrieb, mich fachlich ständig weiterzuentwickeln und meine Arbeit mit noch mehr Qualität und Verantwortung weiterzuführen.

Warum hast du dich für die Weiterbildung zum „Experten für gesundheitsorientiertes Training mit eidg. Diplom" entschieden und welche Ziele verfolgst du damit?
Ich möchte mich fachlich und persönlich kontinuierlich weiterentwickeln und meine Betreuung noch individueller und professioneller gestalten. Besonders spannend finde ich die Inhalte zu Rehabilitation und Gesundheitsförderung. Langfristig möchte ich mehr Verantwortung übernehmen und Menschen auch in komplexen gesundheitlichen Situationen kompetent begleiten. ■

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.

SAFS
SWISS ACADEMY OF FITNESS & SPORTS

Neues Kapitel für Schweizer Gesundheits- und Fitnessbranche

Health Days Flims 2026

Drei Tage voller Inspiration, Fachwissen und Networking: Mit den neuen Health Days Flims 2026 startet Mountain Move Events in eine neue Ära. Vom 20. bis 22. November trifft sich die Schweizer Fitness- und Gesundheitsbranche in Flims, um aktuelle Trends, praxisnahes Know-how und wertvolle Kontakte miteinander zu verbinden.

Über mehr als zwei Jahrzehnte hinweg hat Rolf Dürrenberger mit seinen Events die Schweizer Fitness- und Gesundheitsbranche entscheidend mitgeprägt. 22 Jahre Mountain Move Events stehen für Innovation, Qualität und ein feines Gespür für die Entwicklungen und Bedürfnisse eines dynamischen Marktes. Mit den neuen Health Days Flims 2026 beginnt nun ein weiteres, zukunftsweisendes Kapitel.

Vom 20. bis 22. November 2026 trifft sich die Branche erstmals im stilvollen Me and All Hotel Flims. Was viele Jahre als „Physio und Fitness Days" etabliert war, wird nun bewusst weiterentwickelt – moderner, vernetzter und konsequent auf die Anforderungen der Zukunft ausgerichtet.

Die Health Days verstehen sich nicht einfach als klassisches Branchenevent. Sie sind eine Plattform für Inhaber, Experten, Therapeuten, Führungskräfte und Entscheidungsträger, die neue Impulse suchen, Wissen teilen und die Zukunft der Gesundheits- und Fitnessbranche aktiv mitgestalten möchten.

Ein zentraler Bestandteil des neuen Konzepts ist die klare inhaltliche Struktur. Physiotherapie und Fitness erhalten jeweils eigene Räume, eigene Themenschwerpunkte und individuell abgestimmte Inhalte. Gleichzeitig werden bewusst Schnittstellen geschaffen, an denen Austausch, neue Perspektiven und interdisziplinäre Zusammenarbeit entstehen können – ein Ansatz, der aktueller kaum sein könnte.

Im Bereich Physiotherapie setzt das Event auf höchste fachliche Qualität. Unter der Leitung von Dr. med. Marcel Isay stellt ein erfahrenes Ärzteteam ein hochkarätiges Referentenfeld zusammen. In praxisnahen Vorträgen, Workshops und Fachsessions wird aktuelles Wissen vermittelt, das direkt im Berufsalltag angewendet werden kann. Der Fokus liegt dabei auf Relevanz, wissenschaftlicher Qualität und konkretem Mehrwert für die Teilnehmer.

Ein zusätzlicher Vorteil: Die Teilnahme wird durch Physioswiss anerkannt und mit offiziellen Weiterbildungspunkten honoriert – ein wichtiger Mehrwert für Fachpersonen, die Weiterbildung und Networking sinnvoll verbinden möchten.

Auch Fitnesscenterinhaber, Unternehmer und Führungskräfte profitieren von einem klar praxisorientierten Programm. Themen wie Kundengewinnung, Mitarbeiterführung, Positi-



Fotos: alsas – stock.adobe.com | Eveline Salzmann

onierung, Digitalisierung, neue Geschäftsmodelle sowie aktuelle Markt- und Branchentrends stehen im Mittelpunkt. Ziel ist es, nicht nur Wissen zu vermitteln, sondern konkrete Ideen und Strategien für den eigenen Betrieb mitzugeben.

Eine besondere Neuerung sind die Impulsvorträge an den Ausstellerständen. In kompakten 20-Minuten-Slots präsentieren Unternehmen ihre neuesten Lösungen, Innovationen und Entwicklungen direkt vor Ort. Dadurch entsteht ein persönlicher, praxisnaher Austausch, der weit über klassische Messekontakte hinausgeht und Teilnehmern echte Einblicke in aktuelle Markttrends ermöglicht.

Was die Health Days Flims zusätzlich besonders macht, ist die einzigartige Verbindung von Fachlichkeit, Networking und Erlebnis. In entspannter Atmosphäre entstehen Begegnungen, Gespräche und neue Kooperationen oft dort, wo man sie am wenigsten erwartet – sei es bei der Hüttengaudi, während der gemeinsamen Abendprogramme oder bei der anschliessenden Zeit an der Bar mit musikalischer Umrahmung.

Genau diese Kombination aus hochwertigem Fachwissen, persönlichem Austausch und inspirierender Eventatmosphäre macht die Health Days zu einem Treffpunkt mit besonderem Charakter.

Zum Start des neuen Eventformats profitieren Teilnehmer zudem von attraktiven Sonderkonditionen:

Die Teilnahme kostet CHF 499.00 (regulär CHF 649.00 pro Person). Im Preis enthalten sind drei Tage Eventteilnahme inklusive Übernachtung, Halbpension sowie das vollständige Fach- und Rahmenprogramm. ■





Kontakt und Veranstalter

Mountain Move – Netzwerk- und Eventplattform für die Fitness- und Gesundheitsbranche

Health Company GmbH
Rolf Dürrenberger:
E-Mail: rolf@mountain-move.ch
Website: www.mountainmove.ch
Mobile: +41 79 215 76 25

ZWISCHEN TREND UND NISCHE

WIE AUS EINER „SCHNAPSIDEE“ EIN FUNDAMENT WURDE

Text: Moritz Scheidel

Aus einer „Schnapsidee“ entstand innerhalb weniger Monate die Hybrid Zone Rheintal in Widnau. Shelly Schenk und Maximilian Hammerle schufen ein auf HYROX® und funktionelles Training ausgerichtetes Studio, das sich bewusst Zeit nimmt – für Grundlagen, Gemeinschaft und Menschen mit ganz unterschiedlichen Zielen.

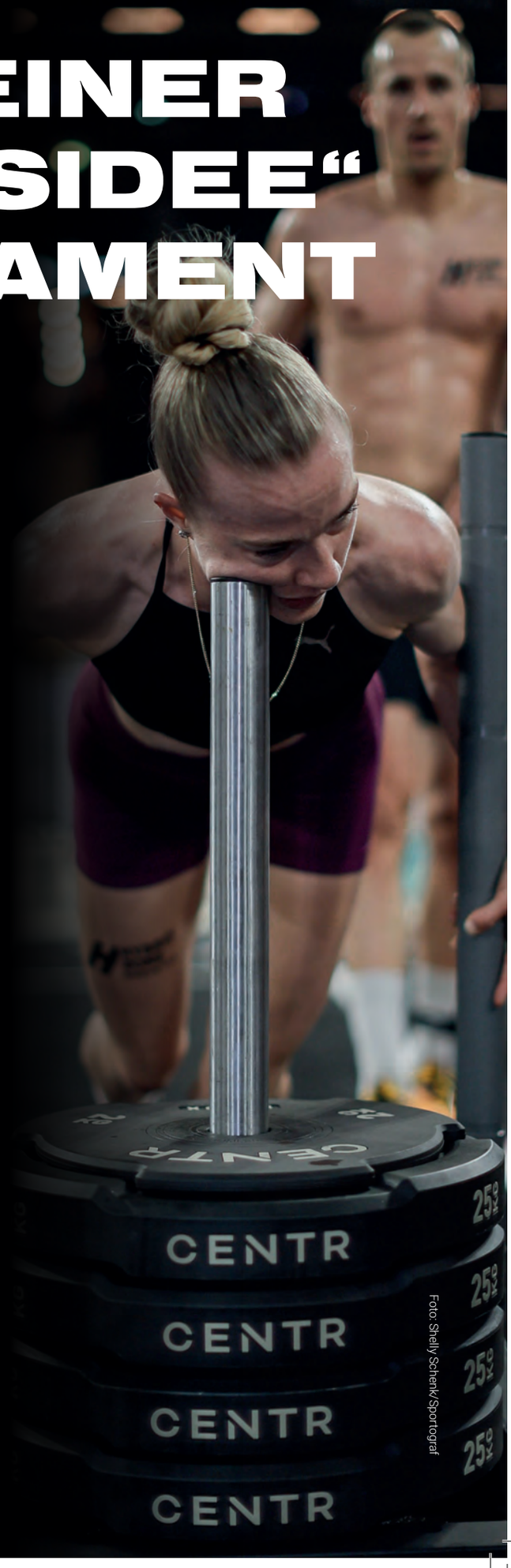


Foto: Shelly Schenk/Sportograf

Shelly und Maximilian sitzen nebeneinander an einem schlichten Schreibtisch. Er trägt eine schwarze Kappe und einen dunklen Hoodie, sie ein weisses Oberteil. Hinter ihnen reicht ein grosses Fenster bis unter die Decke, dahinter ein wolkenloser Himmel. Die Wände sind weiss.

Die beiden müssen nicht lange überlegen, sobald eine Frage gestellt wird. Sie nicken, ergänzen einander und erzählen ihre Geschichte fast so, als hätten sie sie schon oft gemeinsam erzählt.

MEHR ALS EINE „SCHNAPSIDEE“

Vor einem halben Jahr stand Maximilian noch an einem ganz anderen Punkt. Nach Jahren als Profi-Triathlet beendete er seine Karriere und suchte nach einer neuen Herausforderung. HYROX hatte ihn schon länger fasziniert – nicht zuletzt, weil immer mehr Ausdauersportler den Wechsel wagten. Also machte er sich auf die Suche nach Trainingsmöglichkeiten in seiner Heimat.

„Doch ich habe gleich bemerkt, dass es bei uns kaum etwas gibt, um für HYROX wirklich effizient oder auch professionell zu trainieren.“ Seiner Partnerin Shelly stellte er deshalb eine einfache Frage: „Wieso machen wir es eigentlich nicht selbst?“ Als Maximilian diese Anekdote erzählt, blickt er zu Shelly,



HYBRID ZONE RHEINTAL

grinst und lehnt sich zurück. „Also ja ... das war dann erst nur so eine Schnapsidee, aber nicht lange."

Während eines Urlaubs im September ging ihnen der Gedanke nicht mehr aus dem Kopf. Aus der Idee wurde ein konkreter Plan. „Da haben wir auf einmal gesagt: Ich glaube, wir müssen es echt durchziehen und machen. Wieso sollen wir nicht mal was machen, worauf wir richtig Lust haben? Ja, es ist eine grosse Herausforderung – aber das hab ich eigentlich immer gesucht. Und Shelly auch", erinnert sich Maximilian.

Gerade bei der Suche nach passenden Räumlichkeiten zeigte sich schnell, dass HYROX andere Anforderungen stellt als ein klassisches Fitnessstudio. „Die Auswahl war relativ gering", erzählt Shelly. Für die Wall Balls brauchte es ausreichend Raumhöhe, für Laufeinheiten und Schlittenschieben eine passende Länge. Als passende Räume in Widnau gefunden waren, erschwerte die Weihnachtszeit den Aufbau: Lieferungen verzögerten sich, vieles musste kurzfristig organisiert werden.

Trotzdem fügte sich alles zusammen. Ende Januar 2026 öffnete die Hybrid Zone Rheintal schliesslich ihre Türen.

MEHR ALS SEKUNDEN

Die Idee? „Wir wollen nicht einfach nur 500 Leute haben und diese abfertigen. Wir möchten die Leute individuell betreuen", sagt Shelly.

Dieser Gedanke zieht sich durch das gesamte Gespräch: Wettkämpfe und Intensität gehören dazu, müssen aber nicht für alle das Ziel sein. Entscheidend ist, Menschen dort abzuholen, wo sie stehen. Ob ambitionierte Athletin oder Einsteiger: Jede Betreuung beginnt mit der Frage, welche Erfahrungen und Ziele jemand mitbringt. „Neue Mitglieder frage ich: Was hast du überhaupt schon gemacht? Hast du schon Wettkämpfe absolviert? Hast du schon Erfahrung? Jeder kommt ja von irgendwo her", fasst Maximilian zusammen und fügt an: „Es kommen Athletinnen und Athleten, die schon einige Wettkämpfe gemacht haben und sich weiter professionalisieren wollen. Aber wir sprechen genauso Menschen an, die einfach fitter oder leistungsfähiger im Alltag werden möchten."

Wer sich gezielt vorbereiten möchte, erhält eine individuelle Trainingsplanung und Eins-zu-eins-Coaching. Andere finden im Gruppentraining ihren Platz.

MEHR ALS VOLLGAS

Diese Flexibilität unterscheidet ihr Konzept von vielen Vorstellungen, die sich inzwischen um HYROX entwickelt haben. In





sozialen Medien prägen Schweiss, Bestzeiten und spektakuläre Workouts mitunter das Bild von HYROX.

Für Maximilian greift diese Darstellung jedoch zu kurz. Er sagt: „Viele Leute haben schon einiges gesehen von HYROX. Jeder postet irgendein neues Training – noch mehr, noch schneller, noch härter. Wir wollen es schaffen, dass die Leute begreifen, dass professioneller Sport eigentlich ganz anders abläuft."

Der ehemalige Profi-Triathlet spricht dabei aus eigener Erfahrung. Wer über viele Jahre auf hohem Niveau trainiert habe, wisse, dass Spitzenleistungen selten durch permanente Höchstbelastung entstünden. Viel wichtiger sei eine stabile Grundlage – körperlich wie mental. Nach diesem Prinzip werde in der Hybrid Zone Rheintal mit allen Mitgliedern gearbeitet – unabhängig von ihrem Leistungsstand.

Diesen Gedanken erklärt Maximilian mit einem Bild: Man könne zwar ein beeindruckendes Haus bauen, sagt er sinngemäss. Entscheidend sei jedoch, worauf es stehe. Ein solides Fundament sehe zunächst unspektakulär aus, trage aber das gesamte Gebäude. Im Training sei es genauso: Wer dauerhaft besser werden wolle, müsse zunächst an den Grundlagen arbeiten. „Professioneller Sport läuft eigentlich sehr viel im unteren Bereich ab, also in der Grundlage und im Ausdauerbereich. Eigentlich finden 80 Prozent des Trainings dort statt und nur etwa 20 Prozent im oberen, anaeroben Bereich", analysiert der 33-Jährige.

MEHR ALS EINZELKÄMPFER

Dass Anfänger und Wettkampfsportler gemeinsam trainieren, ist ausdrücklich gewollt. Shelly beobachtet diesen Austausch immer wieder im Studio. Jüngere trainieren neben Älteren, Wettkampfsportler neben Einsteigern. So wachse das Gefühl, Teil einer Gemeinschaft zu sein. „Für uns ist Community ganz wichtig", erzählt sie. Und: Dass die Mitgliederzahl noch eher überschaubar ist, kommt der Gemeinschaft zugute.

Fast beiläufig wird im Gespräch deutlich, dass dieses Miteinander kein Zufallsprodukt ist. Zwischen den Kursen haben die beiden bewusst Zeit eingeplant, weil Begegnungen genauso zum Konzept gehören wie Kniebeugen, Schlittenziehen oder Wall Balls. Wer möchte, bleibt nach dem Training noch auf einen Kaffee oder Shake. So entwickelt sich das Studio zu einem Ort, an dem Training zwar im Mittelpunkt steht, Leistung aber nicht alles ist.

Das Publikum verteilt sich über alle Altersgruppen, ein Treffen wird somit auch mal zum Generationentreff. „Wir haben wirklich Personen von Anfang 20 bis zu meinem Papa, der über 60 ist", sagt Shelly. Genau diese Vielfalt entspricht ihrem Ziel: ein Studio zu schaffen, in dem sich Leistungs- und Breitensport nicht ausschliessen, sondern gegenseitig bereichern.

Fotos: Shelly Schenk/Sportograf

MEHR ALS TREND

Dass hinter der Hybrid Zone Rheintal mehr steckt als die kurzfristige Begeisterung für einen Trendsport, zeigt sich auch an den beiden Gründern. Maximilian, mittlerweile 33 Jahre alt, ist diplomierter Physiotherapeut und ehemaliger . Die 26-jährige Shelly ist Fachfrau für Bewegungs- und Gesundheitsförderung und bringt Erfahrung aus dem Berg- und Trailrunning mit. Gemeinsam absolvierten beide die Ausbildung zum HYROX-Coach.

Beide sehen hier vor Ort ihre Überzeugung verwirklicht, wie Menschen langfristig trainieren und sich entwickeln können. Diese Haltung zeigt sich auch im Angebot, das aktuell klar auf HYROX ausgerichtet ist. „Wir wollen nicht 100 verschiedene Sachen anbieten, sondern haben mit HYROX einen klaren Hauptfokus", sagt Maximilian.

Ein Bereich, der neben dem HYROX künftig ausgebaut werden soll, ist das Lauftraining. „Wir wollen nicht nur ein 08/15-Lauftraining machen. Wir möchten den Leuten erklären, warum sie etwas machen. Die Grundlage, die Technik, den Trainingsaufbau. Auch ganz normalen Leuten professionelles Lauftraining näherbringen", erklärt Maximilian. Das Lauftraining soll dabei nicht in Konkurrenz zum HYROX stehen, sondern als sinnvolle Ergänzung dienen.

Auch das zeigt, dass Maximilian und Shelly überlegt vorgehen. Grosse und schnelle Wachstumspläne haben sie nicht gesetzt. „Das Ziel war und ist schlicht, dass wir nicht zusätzlich eigenes Geld investieren müssen, nur um die Miete zu bezahlen", erzählt Shelly. Statt möglichst schnell zu wachsen, möchten sie ihr Angebot Schritt für Schritt weiterentwickeln – etwa mit Workshops, Lauftechnik und individueller Trainingsplanung.

Auch in Zukunft wollen Shelly und Maximilian das Studio zunächst zu zweit führen. „Momentan ist eigentlich nicht geplant, das Team auszubauen", sagt Shelly. Neben der gemeinsamen Philosophie spiele dabei auch die wirtschaftliche Vernunft eine Rolle. Zusätzliche Mitarbeitende würden in der frühen Phase vor allem zusätzlichen Druck bedeuten.

Trotz des bewusst langsamen Wachstums wächst die Bekanntheit des Studios allmählich. Inzwischen kommen auch Menschen ausserhalb von Widnau zur Hybrid Zone – weniger durch grosse Werbekampagnen als durch persönliche Empfehlungen. „Wir mussten das von klein auf aufbauen. Immer wieder auf Instagram posten und hoffen, dass sich das unter den Leuten verbreitet", berichtet Shelly. Ausserdem bringen auch Mitglieder immer mal wieder Freunde mit, Kolleginnen erzählen Kollegen von der Hybrid Zone. Auch regionale Medien wurden laut Shelly auf das Konzept aufmerksam.

MEHR ALS MÜSSEN

Unterstützt wird der persönliche Ansatz durch eine App, über die sich Mitglieder unkompliziert für ihre Kurse anmelden



können. Mehr soll sie nicht leisten. „So können wir persönlich mit unseren Kunden bleiben", sagt Shelly.

Sie und Maximilian sehen in der Hybrid Zone einen Ort, den sie selbst lange gesucht haben: professionell, persönlich und offen für Wettkampfsportler ebenso wie für Menschen, die einfach etwas für ihre Gesundheit tun möchten.

„Wenn jemand einen richtig harten Arbeitstag hatte und müde ist, geht es nicht darum, über die Grenze zu gehen, es geht zunächst darum, dass überhaupt etwas getan wird und die Bewegung guttut", erklärt Maximilian die grundsätzliche Haltung, die in der Hybrid Zone vorherrscht. Und vielleicht erklärt ja genau das, warum aus einer beiläufig ausgesprochenen „Schnapsidee" erste vielversprechende Monate wurden.

Kurz vor Ende des Gesprächs verabschiedet sich Maximilian. „Gruppenkurs", sagt er. „Ich möchte mich noch etwas vorbereiten."

ZU DEN GESPRÄCHS-PARTNERN

Shelly Schenk und Maximilian Hammerle verbindet die Leidenschaft für den Ausdauer- und Gesundheitssport. Während Shelly als Fachfrau für Bewegungs- und Gesundheitsförderung sowie erfahrene Trail-, Berg- und Langstreckenläuferin ihre Erfahrung in die Betreuung der Mitglieder einbringt, ergänzt Maximilian das Team als diplomierter Physiotherapeut und ehemaliger Profi-Triathlet mit fundiertem Fachwissen aus Leistungs- und Gesundheitssport. Gemeinsam verfolgen sie das Ziel, Menschen unabhängig von ihrem Leistungsniveau individuell zu begleiten und langfristig für Bewegung zu begeistern.





ZUR HYBRID ZONE RHEINTAL

Zwischen der ersten Idee im September 2025 und der Eröffnung Ende Januar 2026 lagen nur wenige Monate. Mit der Hybrid Zone Rheintal schufen Shelly und Maximilian in Widnau einen Ort, der sich bewusst auf HYROX spezialisiert und damit regional eine Nische besetzt. Neben individuellem Coaching und persönlicher Betreuung bildet der Trendsport den Schwerpunkt des Angebots. Perspektivisch soll professionell angeleitetes Lauftraining das Konzept ergänzen. ■

Fotos: Shelly Schenk/Sportograf


pump by milon
ECHTES KRAFTTRAINING STATT ENTERTAINMENT.
TRAINING NEU DEFINIERT.
pump by milon ermöglicht den optimalen Muskelreiz genau dort, wo Kraft entsteht – ganz ohne Vorgaben.
» Technologie, die unterstützt – nicht bestimmt.
» Nr. 1 Trainingsreiz durch erhöhte Exzentrik.
» Perfekte Kraftkurve über die gesamte ROM.
» Optimale Biomechanik für jede Körpergröße.
www.ultimate-pump.de



Vom Berufsschullehrer zum FIFA-Schiedsrichter

MAN MUSS WEDER MARATHONLÄUFER NOCH BODYBUILDER SEIN

Text: Moritz Scheidel

Lukas Fähndrich gehört zum kleinen Kreis der sieben Schweizer Spitzenschiedsrichter und ist seit 2020 FIFA-Schiedsrichter. Im Interview spricht der 41-Jährige über seinen Weg an die Spitze, den hohen Aufwand hinter Spitzenleistungen, prägende Karrieremomente und die besondere Atmosphäre in einem vollen Stadion.

FITNESS TRIBUNE: Lukas, wo erreiche ich dich gerade?
Lukas Fähndrich: Ich bin momentan in Thailand.

Thailand klingt erst einmal nach Erholung.
(lacht) Die ersten beiden Wochen waren tatsächlich Urlaub. Ich habe bewusst abgeschaltet und die Zeit genossen. Aber jetzt beginnt langsam wieder die Vorbereitung auf die neue Saison. Nach unserem Gespräch stehen zum Beispiel noch Intervallläufe auf dem Programm.

Also doch kein klassischer Strandurlaub?
Nein, ganz so einfach ist es nicht. Zwei Wochen waren reine Erholung, doch irgendwann muss das Training wieder beginnen. Draussen ist es hier allerdings extrem heiss – gefühlt um die 40 Grad. Deshalb gehe ich für die Intervalle aufs Laufband ins Fitnessstudio. Das ist deutlich angenehmer und vor allem sinnvoller.

Fällt es dir schwer, im Urlaub wieder in den Trainingsmodus zu wechseln?
Natürlich muss ich mich manchmal überwinden. Aber wenn man auf diesem Niveau pfeifen möchte, gehört das einfach dazu. Die Vorbereitung beginnt nicht erst zu Hause, sondern schon im Urlaub.

ZUM GESPRÄCHSPARTNER

Lukas Fähndrich lebt in Luzern und gehört zum Kreis der sieben Schweizer Spitzenschiedsrichter. Nach seinem Debüt in der Super League im Jahr 2014 gehört der 41-Jährige seit 2020 dem FIFA-Schiedsrichterkader an und leitet regelmässig nationale sowie internationale Spiele. Seine Laufbahn begann beim FC Littau. Heute konzentriert sich der ehemalige Lehrer vollständig auf die Schiedsrichterei. Sein Anspruch: „Ich möchte die Spieler schützen, mit ihnen kommunizieren und das Spiel möglichst laufen lassen."

Fotos: Elia Salatino/Agash Modchanathan

TRAINING AUF PROFINIVEAU

Wie sieht eine typische Trainingswoche bei dir aus?
Ich trainiere fünf- bis sechsmal pro Woche. Auf dem Plan stehen Intervalleinheiten, Ausdauertraining im Bereich Speed Endurance, Sprinttraining sowie zwei bis drei Kraft- und Fitnesseinheiten. Das Ganze erfolgt nach einem Trainingsprogramm, das ich gemeinsam mit meinem Personal Trainer umsetze.

Das klingt fast nach dem Trainingsplan eines Profifussballers.
Viele unterschätzen, wie professionell sich Schiedsrichter heute vorbereiten müssen. Der Aufwand ist gross. Gleichzeitig darf man die Regeneration nicht unterschätzen. Massage, Sauna oder Kälteanwendungen gehören für mich genauso selbstverständlich dazu wie das Training. Nur wenn beides zusammenpasst, kann ich dauerhaft Leistung bringen.

Du bist inzwischen 41 Jahre alt. Hat sich dein Training in den vergangenen Jahren verändert?
Ja, durchaus. Was bis heute geblieben ist, ist meine sehr gute Ausdauer. Ich sage manchmal scherzhaft, ich habe eine „Pferdelunge" mitbekommen. Heute merke ich natürlich, dass ich nicht mehr schneller werde. Deshalb investiere ich deutlich mehr Zeit in Schnelligkeit, Stabilität und Kraft, um dieses Niveau möglichst lange halten zu können.

Ausserdem laufe ich heute anders als früher. Ich bewege mich heute schlauer auf dem Platz und muss nicht mehr jeden Meter mit maximalem Aufwand zurücklegen. Früher lief ich teilweise zu viel, bis zu zwölf Kilometer pro Spiel, heute weniger. Ich bin effizienter geworden. Die Intensität im Fussball steigt gefühlt von Jahr zu Jahr.

Welche körperlichen Voraussetzungen müssen Schiedsrichter heute erfüllen, um Spiele auf Topniveau leiten zu dürfen?
Die Anforderungen sind in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. Zu den offiziellen Leistungstests gehören unter anderem zwei 40-Meter-Sprints, die jeweils in unter sechs Sekunden absolviert werden müssen. Dazu kommt ein anspruchsvoller Intervalltest. Ein Spitzenschiedsrichter braucht eine gute Mischung aus Ausdauer, Schnelligkeit, Stabilität und Kraft. Man muss weder Marathonläufer noch Bodybuilder sein. Entscheidend ist die Kombination aus vielen Fähigkeiten.

VOM SPIELER ZUM SCHIEDSRICHTER

Jeder hat einmal den Traum, Profispieler zu werden, wie wird man stattdessen zum Profischiedsrichter?
Ich habe selbst sehr gerne Fussball gespielt und hatte lange den Traum, möglichst weit zu kommen. Irgendwann wurde mir aber klar, dass das wahrscheinlich nichts wird. Also habe ich meinen Ehrgeiz komplett auf die Schiedsrichterei übertragen und mir dort neue Ziele gesetzt.

Mit ungefähr 21 Jahren habe ich parallel einen Schiedsrichterkurs gemacht. Damals wurden bei meinem Heimatverein, dem FC Littau, Schiedsrichter gesucht und ich wurde gefragt, ob ich mir das vorstellen könnte. Ich habe gesagt: Ja, das mache ich. Als Spieler war ich wahrscheinlich genau der Typ, über den ich mich heute als Schiedsrichter manchmal schmunzelnd wundere. Ich habe diskutiert, reklamiert und Emotionen gezeigt. Vielleicht hat gerade das mein Verständnis für Spieler geprägt.

DER WEG ZUM SCHIEDSRICHTER

Bereits Jugendliche können beim Schweizerischen Fussballverband (SFV) die Grundausbildung absolvieren und anschliessend erste Spiele im Junioren- und Amateurbereich leiten. Wer Talent, Persönlichkeit und Spielverständnis mitbringt, wird gezielt gefördert und kann über regionale Förderprogramme bis in die höchsten nationalen Ligen aufsteigen. Für besonders talentierte Nachwuchsschiedsrichter bietet der SFV zusätzlich eine Referee Academy an, sie gilt als Sprungbrett für internationale Karrieren.

Wann hast du gespürt, dass daraus mehr werden könnte als ein Hobby?
Schon nach meinem ersten Spiel war ich positiv überrascht. Ich war zufrieden mit meiner Leistung und bin die folgenden Aufgaben mit viel Tatendrang angegangen. Kurz darauf wurde ich in eine Förder- und Talentgruppe aufgenommen, in der junge Schiedsrichter gezielt begleitet werden. Das hat mir gezeigt: Da könnte etwas gehen.

Heute leitest du Spiele in der Schweizer Super League und internationale Begegnungen. Wie bereitest du dich auf einen Spieltag vor?
In der Schweiz sind die Anreisen meistens unkompliziert. Oft fahre ich mit dem Zug, die längste Reise dauert vielleicht drei Stunden. An einem Spieltag versuche ich, möglichst ruhig zu bleiben. Ich schlafe lange, lese vielleicht etwas oder schaue einen Film und bewege mich bewusst nicht mehr als nötig.

SCHIEDSRICHTER SIND HOCHLEISTUNGSSPORTLER

10–12 km
Laufleistung pro Spiel

bis zu 30 km/h
Spitzengeschwindigkeit

90 Minuten plus x
höchste Konzentration



AUF EINEN BLICK

4800
SCHIRIS
Rund 4800 Schiedsrichter engagieren sich derzeit in der Schweiz und leiten Woche für Woche mehrere tausend Spiele: vom Kinder- und Juniorenfussball bis hin zur Super League.

SEIT 2018
TEILPROFESSIONALISIERT
Die Schweizer Spitzenschiedsrichter werden seit 2018 schrittweise teilprofessionalisiert und erhalten neben einem Grundgehalt Einsatzentschädigungen pro Spiel.

PENSUM ERHÖHT
SEIT DIESEM SOMMER
Seit Sommer 2026 können die sieben besten Schweizer Schiedsrichter ihr Pensum auf 80 Prozent erhöhen.

FIFA-LISTE
DAS ZIEL
Wer sich auf höchstem Niveau bewährt, kann den Sprung auf die FIFA-Liste schaffen. Aktuell stehen sieben Schweizer Schiedsrichter auf der Liste, darunter Lukas Fähndrich.

Ausserdem achte ich darauf, genügend Kalorien zu mir zu nehmen und viel zu trinken. Elektrolyte spielen ebenfalls eine wichtige Rolle – zum Beispiel trinke ich gern Apfelsaft mit etwas Salz. Wirklich in den Konzentrationsmodus schalte ich ungefähr eine Stunde vor dem Anpfiff.

Mit dem Abpfiff dürfte die Anspannung dann eigentlich abfallen, oder?



Nein, tatsächlich beginnt dann der zweite Teil der Arbeit. Etwa 15 Minuten nach dem Spiel bekommen wir unser erstes Feedback. Ein Beobachter bewertet unsere Leistung und gemeinsam besprechen wir wichtige Szenen, unsere Kommunikation und Körpersprache.

Meist am nächsten Tag schaue ich mir das Spiel noch einmal selbst an. Ich analysiere einzelne Entscheide, vergleiche meine Wahrnehmung mit den Bildern und überlege, was ich beim nächsten Mal besser machen kann. Dabei geht es aber nicht nur um Fehler. Es ist genauso wichtig, sich bewusst zu machen, was gut funktioniert hat.

ZWISCHEN FEHLERKULTUR UND TEAMARBEIT

Wie gehst du mit Fehlern um?

Das hat sich im Laufe meiner Karriere stark verändert. Früher haben mich Fehler deutlich mehr beschäftigt als heute. Natürlich tun sie immer noch weh, das wird vermutlich nie ganz verschwinden. Aber ich habe gelernt, besser damit umzugehen. Heute kann ich viel besser unterscheiden, ob Kritik berechtigt ist oder ob sie eher aus Emotionen entstehen bzw. aus den sozialen Medien kommt. Fehler gehören dazu. Rückblickend haben sie mich sogar besser gemacht. Deshalb versuche ich heute, aus jeder Situation etwas mitzunehmen.

Gab es ein Spiel, das dir in negativer Erinnerung geblieben ist?

Ja, da gibt es tatsächlich eines. Bei einem Juniorenturnier in Dallas leitete ich ein Spiel zwischen einer brasilianischen und einer mexikanischen Mannschaft. Ich versuchte zunächst, möglichst mit wenigen Karten auszukommen. Nach etwa 15 Minuten merkte ich aber, dass das überhaupt nicht funktionierte. Meine Akzeptanz schwand zunehmend. Das Spiel ist mir zwar nicht entglitten, aber ich war am Ende froh, als es vorbei war. Rückblickend habe ich daraus enorm viel gelernt.

Gerade nach strittigen Entscheide richtet sich die öffentliche Aufmerksamkeit meist auf den Hauptschiedsrichter. Dabei steht hinter jedem Spiel ein ganzes Team. Wie wichtig ist die Zusammenarbeit mit deinen Assistenten, dem vierten Offiziellen und dem Videoschiedsrichter?

Sie ist enorm wichtig und wird unterschätzt. Natürlich bin ich die letzte Entscheidungsinstanz auf dem Platz, aber gute Schiedsrichterleistungen entstehen immer im Team.

Vor jedem Spiel sprechen wir gemeinsam darüber, wie wir auftreten wollen und welche Verantwortung jeder übernimmt. Mir ist wichtig, dass jeder seine Rolle kennt und sich auch einbringt. Gleichzeitig muss nicht bei jeder Kleinigkeit interveniert werden. Wenn jeder ständig eingreift, wird es schwierig. Entscheidend ist, dass wir als Team funktionieren und gemeinsam eine gute Leistung abliefern.

Zu diesem Team gehört mittlerweile auch der Video Assistant Referee (VAR). Wie hat der VAR deine Arbeit verändert?

Viele vergessen, warum der VAR überhaupt eingeführt wurde. Sein Ziel ist es, klare Fehlentscheide zu korrigieren, und genau das gelingt in den allermeisten Fällen. Natürlich hat er mich auch schon vor einem Fehlentscheid bewahrt. Ich würde sogar sagen: Der VAR hat mich auch schon gerettet. Der VAR reduziert Fehler. Er wird sie aber nie vollständig eliminieren.

Foto: Elia Salatino/Agash Modchanathan

Du warst auch selbst schon als VAR im Einsatz, wie schwierig ist diese Aufgabe?
Die Arbeit als Videoschiedsrichter ist extrem anspruchsvoll. Während eines Spiels steht man unter enormem Zeitdruck. Man muss Situationen innerhalb kürzester Zeit aus verschiedenen Kameraperspektiven bewerten. Manchmal kommen mehrere mögliche Regelverstösse gleichzeitig zusammen: Zuletzt hatte ich das selbst mit einem möglichen Handspiel, einer Abseitsposition und einem Foulspiel. Das macht die Aufgabe komplexer.

VOM LEHRER ZUM FIFA-SCHIEDSRICHTER

Einige Schiedsrichter arbeiten parallel in ihrem gelernten Beruf. Wie ist das bei dir?
Ich war viele Jahre Sekundarstufe I und dann später an der Berufsfachschule und habe das Fach Allgemeinbildung unterrichtet. Parallel dazu war ich international als Schiedsrichter unterwegs. Irgendwann wurde aber klar, dass sich beides auf diesem Niveau kaum noch miteinander vereinbaren lässt.

Deshalb hast du dich vollständig für die Schiedsrichterei entschieden?
Für die besten sieben Schiedsrichter der Schweiz wird das Pensum künftig erhöht; auch für mich geht es von aktuell 50 Prozent auf 80 Prozent. Das eröffnet mir ganz andere Möglichkeiten. Für mich ist das eine grosse Chance und motiviert mich. Ich möchte besser werden und noch mehr Zeit in Training, Analyse und Vorbereitung investieren.

Könntest du dir vorstellen, nach der Schiedsrichterkarriere in deinen Lehrberuf zurückzukehren?
Ich kann noch nicht sagen, was ich nach meiner Karriere als Schiedsrichter mache und fokussiere mich total auf meine aktuelle Aufgabe, die mir viel bedeutet. Ich kann mir danach aber sicherlich einiges vorstellen.

Heute gehörst du zum Kreis der sieben besten Schiedsrichter der Schweiz und bist seit 2020 FIFA-Schiedsrichter. Schaust du da manchmal auf Kollegen wie Sandro Schärer, der zuletzt den Champions-League-Halbfinal zwischen Paris Saint-Germain und Bayern München geleitet hat und bei der Weltmeisterschaft im Einsatz war?
Ich glaube, man kann sich von vielen Kollegeninnen und Kollegen etwas abschauen. Alle haben ihre eigenen Stärken, und es lohnt sich, offen dafür zu sein und von den Erfahrungen anderer zu lernen. Gleichzeitig ist es wichtig, sich selbst treu zu bleiben und seinen eigenen Stil zu entwickeln. Authentizität ist auch als Schiedsrichter entscheidend.

Gab es Momente, die dir besonders in Erinnerung geblieben sind?
Auf jeden Fall. Eines der prägendsten Spiele war das EM-Qualifikationsspiel im März 2023 zwischen Schottland und Spanien im Hampden Park in Glasgow vor rund 50.000 Zuschauern. Ich musste meinen Kollegen Sandro Schärer zur Halbzeit verletzungsbedingt ersetzen. Damit hatte ich überhaupt nicht gerechnet. Dieses Gefühl, plötzlich vor einem voll besetzten Stadion ein internationales Topspiel zu übernehmen, die Atmosphäre zu spüren und die Emotionen auf dem Platz mitzuerleben, ist unbeschreiblich. Die Stimmung hat gekocht, Schottland gewann am Ende überraschend mit 2:0 gegen Spanien. In diesem Moment wurde mir bewusst, wofür ich jahrelang trainiert und gearbeitet hatte. Solche Augenblicke bleiben für immer.

Natürlich gab es noch viele weitere besondere Momente – etwa Einsätze in der WM- und EM-Qualifikation, Nations League oder Conference League als Schiedsrichter und der Champions League in Glasgow, im San Siro oder der Allianz Arena als Vierter Offizieller. Das sind Erinnerungen, die mich mein Leben lang begleiten werden.

Wie gehst du heute mit der Atmosphäre in einem vollen Stadion um?
Genau aus diesem Grund liebe ich diesen Sport. Die Emotionen gehören zum Fussball – und genau deshalb macht es so viel Freude, Teil davon zu sein.

HOHER ANSPRUCH UND GROSSE ZIELE

Was sind deine persönlichen Ziele für die kommenden Jahre?
Ich möchte das Maximum aus meinen Möglichkeiten herausholen. Solange ich mich weiterentwickeln und weiterhin Spiele auf diesem nationalen und internationalen Niveau leiten darf, bin ich glücklich. Ich bin nach wie vor sehr ehrgeizig und investiere viel, um mich stetig zu verbessern.

Gleichzeitig geniesse ich diese Momente heute bewusster als noch vor einigen Jahren. Mir ist klar, dass eine Karriere als Spitzenschiedsrichter nicht ewig dauert. Irgendwann wird der Zeitpunkt kommen, an dem der Körper nicht mehr mitmacht. Deshalb versuche ich, jede Saison und jedes Spiel wertzuschätzen und das Privileg, auf diesem Niveau pfeifen zu dürfen, bewusst zu erleben.

Und wie möchtest du einmal als Schiedsrichter in Erinnerung bleiben? Ich wünsche mir, dass die Spieler und Verantwortlichen sagen: Mit ihm konnte man reden. Dass ich ein Schiedsrichter war, der den Fussball verstanden, die Spieler respektiert und sie gleichzeitig geschützt hat. Konsequenz und Empathie schliessen sich für mich nicht aus – im Gegenteil. Man kann klare Entscheide treffen und trotzdem respektvoll kommunizieren.
Wenn die Menschen nach meiner Karriere sagen, dass ich fair, authentisch und auf Augenhöhe mit den Spielern war, dann wäre das wahrscheinlich das schönste Kompliment.

Dann wünsche ich dir viel Erfolg für die neue Saison. Und jetzt viel Spass bei deiner Intervalleinheit. Vielen Dank. Es hat Spass gemacht – und jetzt gibt es tatsächlich keine Ausreden mehr. Die Intervalle warten. *(lacht)* ■



Jeder Kontakt prägt die Marke

Customer Experience im Fitnessmarkt

Text: Yvonne Albers

Customer Experience entscheidet darüber, ob Markenversprechen im Alltag glaubwürdig werden. Ausschlaggebend ist, wie konsequent Fitnessanbieter physische und digitale Kontaktpunkte gestalten, Kundenerlebnisse messen und daraus Vertrauen sowie langfristige Bindung schaffen.

Der europäische Fitnessmarkt erreichte 2025 mit 75,5 Millionen Mitgliedern, 39,1 Milliarden Euro Umsatz und 67'515 Anlagen neue Höchststände (EuropeActive, 2026). Auch die Schweizer Branche entwickelte sich positiv: Sie erwirtschaftete über 1,3 Milliarden Franken Umsatz und zählte rund 1,45 Millionen Mitglieder in 1'441 Centern. Gegenüber dem Vorjahr stieg die Zahl der Center um 3,3 Prozent (swiss active, 2026). Mit dem wachsenden Angebot nehmen auch Auswahl und Vergleichbarkeit zu. Um sich langfristig im Markt zu behaupten, müssen Anbieter daher ihre Leistungsversprechen an jedem Kontaktpunkt zuverlässig einlösen.

ERLEBNISSE PRÄGEN DIE MARKE

Customer Experience umfasst subjektive Wahrnehmungen und Reaktionen in der Beziehung zu einem Unternehmen (Becker & Jaakkola, 2020). Im Fitnessmarkt reicht sie von Informationssuche und Vertragsabschluss über Onboarding, Training und Betreuung bis zu Service und App-Nutzung. Jeder Kontaktpunkt prägt die Markenwahrnehmung und das Vertrauen. Starke Markenbilder entstehen, wenn die Touchpoints kohärent zusammenspielen und mit den Markenversprechen sowie den Kundenbedürfnissen im Einklang stehen (Esch & Knörle, 2016).

SCHWACHE ERLEBNISSE KOSTEN BINDUNG

Laut Salesforce (2023) ist das Kundenerlebnis für 86 Prozent der Konsumenten und 91 Prozent der Geschäftskunden ebenso wichtig wie die Produkte oder Dienstleistungen selbst. Qualtrics (2024) verdeutlicht die Folgen negativer Erfahrungen: 53 Prozent der Befragten reduzieren danach ihre Ausgaben. Gleichzeitig blieben zwölf Prozent der Markenkontakte hinter den Erwartungen zurück. Häufigste Ursachen waren Probleme bei Leistungserbringung, Kommunikation und Kontakt mit Mitarbeitenden. Für Fitnessanbieter ist dies besonders relevant, da Mitgliedschaften durch wiederkehrende Kontakte über einen längeren Zeitraum geprägt sind: Jede Interaktion kann Vertrauen festigen – oder untergraben. Den engen Zusammenhang zwischen Vertrauen und Kundenbindung zeigen Huang und Kim (2023): In ihrer Studie mit Nutzern von Sport- und Fitnesscentern war ein höheres Vertrauen mit einer stärkeren Weiterempfehlungsbereitschaft und einer grösseren Absicht zur weiteren Nutzung verbunden.

VOM KONTAKTPUNKT ZUM SYSTEM

Customer-Experience-Management gestaltet und entwickelt die Kontaktpunkte entlang der Customer Journey systematisch weiter. Erforderlich sind verbindliche Qualitätsstandards, regelmässiges Kundenfeedback und Kennzahlen, die subjektive Wahrnehmungen mit dem tatsächlichen Verhalten der Mitglieder verknüpfen. Erst durch dieses Zusammenspiel lassen sich Kundenerlebnisse gezielt steuern und nachhaltig verbessern.

Wie Fitnessanbieter physische und digitale Kontaktpunkte zu einer konsistenten Customer Journey verbinden und Erkenntnisse in konkrete Verbesserungen übersetzen können, zeigt das nachfolgende Interview mit Thomas Küttner, Chief Customer Experience & Digital Officer der movemi Fitness AG.

Auszug aus der Literaturliste

Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: Fundamental premises and implications for research. Journal of the Academy of Marketing Science, 48(4), 630–648. Esch & Knörle, 2016

Esch, F.-R., & Knörle, C. (2016). Omni-Channel-Strategien durch Customer-Touchpoint-Management erfolgreich realisieren. In L. Binckebanck & R. Elste (Hrsg.), Digitalisierung im Vertrieb: Strategien zum Einsatz neuer Technologien in Vertriebsorganisationen (S. 123–137).

Huang, Y., & Kim, D. (2023). How does service quality improve consumer loyalty in sports fitness centers? The moderating role of sport involvement. Sustainability, 15(17):12840.

Qualtrics. (2024). Bad customer experiences put nearly $4 trillion at risk in global sales. Verfügbar unter: https://www.qualtrics.com/news/bad-customer-experiences-put-nearly-4-trillion-at-risk-in-global-sales/

Salesforce. (2023). Complete Guide to Customer Experience. Verfügbar unter: https://www.salesforce.com/ap/blog/customer-experience/

Für eine vollständige Literaturliste kontaktieren Sie bitte literatur@fitnessmanagement.de.

Foto: BuyOutFelix02/peopleimages.com – stock.adobe.com

Motivation in einer Zahl

Mach Fortschritt sichtbar – mit EGYM BioAge.
Jetzt noch präziser.

49
Jahre
Echtes
Alter



32
Jahre
BioAge

BioAge Update

EGYM

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



Thomas Küttner
ist Chief Customer Experience & Digital Officer der movemi AG. Er verantwortet die gesamte Customer Experience von ACTIV FITNESS und Fitnesspark. Zuvor begleitete er den Aufstieg von basefit und führte PureGym Schweiz.

Foto: movemi AG

Thomas, du hast den Aufstieg von basefit zu einer der grössten Fitnessketten der Schweiz, den Verkauf an Fitness World sowie den Übergang zu PureGym mitbegleitet. Was hat die Marke damals stark gemacht, und was hast du aus ihrer Entwicklung innerhalb einer internationalen Unternehmensgruppe gelernt?

Thomas Küttner: basefit war der erste echte Fitness Value Operator in der Schweiz und bot hochwertiges Training zu einem Preis, den sich praktisch jeder leisten konnte. Mit der Einbindung in eine internationale Konzernstruktur haben wir erkannt, dass Fitness ein sehr lokales Geschäft ist. Deshalb war „Think global, act local" entscheidend – das Know-how erfahrener Betreiber mit internationaler Strahlkraft und Investitionspower nutzen und zugleich Sprache, Vertrauen und Nähe in der Nachbarschaft pflegen.

Das Leitthema dieser Ausgabe lautet „Marken stärken – Vertrauen gewinnen". Warum reicht gute Kommunikation allein nicht aus, um eine erfolgreiche Marke aufzubauen?

Ich habe im Marketing gelernt, schöne Versprechen zu machen. Heute ist es Teil meiner Aufgabe, dafür zu sorgen, dass sie gehalten werden! Eine Marke entscheidet sich nicht im Werbespot. Sie entsteht dort, wo der Kunde uns erlebt: bei der Anmeldung, im Training, in der App. Werbung bringt Menschen zur Tür herein; ob sie bleiben, entscheidet das Erlebnis dahinter.

Du sprichst das Kundenerlebnis an. Wie entsteht daraus langfristiges Vertrauen?

Für mich ist ein Abo ein Vertrauensvorschuss auf ein besseres Ich: Man zahlt im Januar für ein Ergebnis, das man erst im Sommer sieht. Ob das Versprechen eingelöst wird, zeigt sich im Alltag – in einem gepflegten Studio, einem modernen Gerätepark und einem kompetenten Team, das die Mitglieder mit Namen begrüsst und sich Zeit nimmt. Wer das verlässlich liefert, gewinnt Vertrauen und bindet Kunden langfristig. Das wirkungsvollste Marketing, die Weiterempfehlung eines zufriedenen Mitglieds, können wir nicht kaufen – das müssen wir uns erarbeiten.

Und dafür braucht es einen Chief Customer Experience & Digital Officer, eine Funktion, die in der Schweizer Fitnessbranche noch selten ist?

Unsere Mitglieder erleben uns als Ganzes. Für sie verschmelzen digitale und physische Touchpoints zu einer Marke. Ob hinter einem Problem der Betrieb, das Marketing oder die IT steckt, ist ihnen egal. Customer Experience umfasst gleichermassen das digitale Erlebnis, den Kundenservice und die Trainingserfahrung vor Ort. Deshalb bündeln wir bei movemi die Verantwortung dafür an einer Stelle. Wir haben aus gewachsenen Marken zwei klare Formate geformt: Activ Fitness und Fitnesspark. Deren Erlebnis entwickeln wir konsequent weiter – digital wie physisch. Die besten Konsumentenmarken der Welt machen es vor: Sie beginnen beim Kundenerlebnis und arbeiten sich von dort zur Technologie zurück. Genauso verstehen wir unsere Aufgabe. Dass sie in der Geschäftsleitung angesiedelt ist, zeigt, welchen Stellenwert die Customer Experience bei movemi hat.

Kundenerlebnis klingt für viele zunächst nach Bauchgefühl. Wie kann man messen, ob es sich verbessert?

Präziser, als viele denken. Wir befinden uns hier noch im Aufbau, aber das Zielbild ist klar. Wir betrachten Weiterempfehlung, Nutzungsverhalten und Kündigungen. Sinkt die Trainingsfrequenz, ist das oft das erste Signal vor einer Kündigung. Genau dann wollen wir reagieren – solange sich noch etwas bewegen lässt. Die Mitglieder sollen ihren Besuch künftig direkt nach dem Training bewerten können, nicht erst Monate später in einer Umfrage. Diese Instrumente bauen wir Schritt für Schritt aus.

Wie werden aus Daten Erkenntnisse, die für die Customer Experience tatsächlich nutzbar sind?

An Daten mangelt es heute kaum einem Unternehmen. Die Kunst ist, aus Daten Informationen zu machen und aus Informationen Wissen, das im Trainingsalltag beim Kunden ankommt. Dafür braucht es ein klares Zielbild und Systeme, die aus Rohdaten Entscheidungsgrundlagen machen. Ein Kernstück unserer Arbeit besteht deshalb darin, die Daten so aufzubereiten, dass wir jederzeit beantworten können, was konkret zu tun ist.

Wie sieht das in der Praxis aus?

Nehmen wir noch einmal das Beispiel einer sinkenden Trainingsfrequenz: Zunächst ist diese Information nur ein Datenpunkt. Wissen entsteht, wenn daraus eine Handlung wird: Das Team am Standort spricht das Mitglied dann gezielt an, oder wir kontaktieren es über unsere digitalen Lösungen wie App oder Newsletter. So wird eine Marke persönlicher, weil das Gemessene in Nähe übersetzt wird.

Welche Bedeutung haben digitale Angebote heute für das Vertrauen der Mitglieder in eine Fitnessmarke?

Beim Kundenerlebnis messen wir uns nicht mehr nur mit anderen Fitnessanbietern. Wer abends in zwei Minuten ein Hotel bucht, sein Auto per App öffnet oder seine Bestellung live verfolgt, erwartet dieselbe Einfachheit auch von seinem Fitnessstudio. Ein Abo abschliessen oder pausieren, Group-Fitness-Kurse oder Trainertermine buchen – all das muss unkompliziert online funktionieren. Jede unnötige Hürde vermittelt den Eindruck, Mitglieder festhalten zu wollen, statt sie zu überzeugen. Gute digitale Produkte fühlen sich deshalb nach weniger an: weniger Klicks, weniger Formulare, weniger Warten. Genau dieses „Weniger" schafft Vertrauen. Gleichzeitig kann Digitales Nähe erzeugen. Eine App, die ans Training erinnert, Fortschritte sichtbar macht und passende Kurse vorschlägt.



Franchise als Geschäftsmodell

Selbstständig *mit* System?

Text: Moritz Scheidel

Ob Gastronomie, Hotellerie oder Fitnessbranche: Franchisesysteme sind aus vielen Bereichen der Wirtschaft nicht mehr wegzudenken. Doch was steckt hinter dem Geschäftsmodell? Ein Blick auf Ursprünge und Funktionsweise des Franchisings.

Die Anfänge des Franchisings reichen bis ins Mittelalter zurück. Der Begriff „Franchise" stammt aus dem Französischen und bezeichnete ursprünglich besondere Rechte und Privilegien, etwa das Recht, Märkte abzuhalten oder Wälder zu nutzen. Das moderne Franchising entwickelte sich jedoch erst im 19. Jahrhundert. Als einer der ersten Vorreiter gilt die Singer Sewing Machine Company in den USA, die ihre Nähmaschinen ab etwa 1860 über selbstständige Vertriebspartner vermarktete und damit den Grundstein für das moderne Franchising legte.

Doch was heisst *Franchising* eigentlich genau?

Es verbindet zwei auf den ersten Blick gegensätzliche Prinzipien: unternehmerische Selbstständigkeit und die Einbindung in ein vorgegebenes System. Franchisenehmende führen rechtlich eigenständige Betriebe und handeln im eigenen Namen sowie auf eigene Rechnung. Grundlage ist ein langfristiges Vertragsverhältnis, in dem Rechte und Pflichten beider Seiten festgelegt sind. Ziel ist ein einheitlicher Marktauftritt mit gemeinsamen Qualitätsstandards und einem bewährten Geschäfts- und Vertriebskonzept (Garmaier, 2009).

Mittlerweile ist Franchising in zahlreichen Branchen etabliert – vom Einzelhandel über die Gastronomie bis hin zur Fitness- und Gesundheitswirtschaft. Gerade in der Fitnessbranche entscheiden sich viele Gründerinnen und Gründer für ein Franchisesystem, weil sie nicht bei null beginnen müssen. Statt ein eigenes Studiokonzept, eine Marke und betriebliche Prozesse selbst zu entwickeln, greifen sie auf ein bereits erprobtes Geschäftsmodell zurück und erhalten beispielsweise Unterstützung bei Marketing, Schulungen oder der Studioeröffnung (vgl. hierzu auch swiss active, o. J.).

Wie viele Franchisesysteme in der Schweizer Fitness- und Gesundheitsbranche tatsächlich aktiv sind, lässt sich allerdings nicht eindeutig beziffern. Das FranchisePORTAL Schweiz listet derzeit rund 75 Franchiseunternehmen in der Kategorie „Fitness & Gesundheit" (FranchisePORTAL Schweiz, 2025).

Was sind die *Vorteile* für Franchisenehmerinnen und -nehmer?

Belastbare Daten darüber, wie viele Franchisenehmende in der Schweiz dauerhaft erfolgreich sind oder ihre Betriebe wieder aufgeben, liegen bislang nicht vor. Klar ist: Ein Franchisesystem kann den Einstieg in die Selbstständigkeit erleichtern. Franchisegebende Unternehmen stellen ein sogenanntes Franchisepaket zur Verfügung. Dieses umfasst in der Regel die Nutzung einer etablierten Marke, ein erprobtes Organisations- und Vertriebskonzept, Schulungen sowie eine laufende Unterstützung und Weiterentwicklung des Systems. Franchisenehmerinnen und -nehmer bringen im Gegenzug Kapital, Arbeit und unternehmerisches Engagement ein und tragen das wirtschaftliche Risiko ihres Betriebs (Garmaier, 2009).

Welche *Risiken* gibt es?

Franchising bringt auch Herausforderungen mit sich. Da viele Abläufe und Standards vertraglich festgelegt sind, ist der unternehmerische Handlungsspielraum häufig begrenzt. Zudem kann es schwierig und zeitaufwendig sein, ein Franchisesystem wieder zu verlassen (SECO, o. J.).

Wie sich ein Franchisesystem in der Praxis gestaltet, zeigt das Beispiel von Nico Suter. Der Unternehmer betreibt vier Iron-Bodyfit-Studios in der Deutschschweiz. Im Interview spricht er über seinen Weg in die Selbstständigkeit, die Herausforderungen des Unternehmertums und die Vorteile, die er im Franchisesystem sieht.

Auszug aus der Literaturliste

FranchisePORTAL Schweiz: Fitness & Gesundheit – Franchise-Unternehmen in der Schweiz. Verfügbar unter: https://www.franchiseportal.ch/franchise-unternehmen/fitness-gesundheit-outdoor-b-55

Garmaier, G. (2009): Wirtschaftsethische Aspekte des Franchisings. Franchising als Instrument zur Überwindung von Dilemmastrukturen. Dissertation, Ludwig-Maximilians-Universität München. Verfügbar unter: https://edoc.ub.uni-muenchen.de/10541/

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

Foto: realstock1 – stock.adobe.com

Veranstalter

SOLEDOR

SAFS
SWISS ACADEMY OF FITNESS & SPORTS

04.09.2026

SCHWEIZER FITNESS ABEND

HALBINSEL AU ZÜRICHSEE

TECHNOGYM

PORSCHE
Porsche Zentrum Zürich

MATRIX
Strong · Smart · Beautiful

BZ SOLUTIONS AG

EGYM

FITNESS TRIBUNE

gym80 SCHWEIZ

KAEX

LESMILLS

LIFEFITNESS

HAMMER STRENGTH

milon

NOCCO

PERFORM BETTER

PRECOR

ratio

RKS GmbH

SAFS HOCHSCHULE

schweizerabend.ch

Wie Nico Suter zum Franchisenehmer wurde

„Franchise heisst nicht automatisch *Erfolg*“

Alles begann mit einem Probetraining und Muskelkater danach – heute entwickelt Nico Suter Iron Bodyfit in der Deutschschweiz weiter. Im Interview spricht er über seinen Weg als Franchisenehmer, die Herausforderungen beim Markteintritt und darüber, warum ein Franchisesystem für ihn der richtige Weg war.

FITNESS TRIBUNE: Nico, nimm uns einmal mit an den Anfang. Wie bist du überhaupt auf die Idee gekommen, Franchisenehmer zu werden?
Nico Suter: Eigentlich war das Zufall. Der Vater meiner Frau hat damals schon bei Iron Bodyfit trainiert und meinte: „Probier das unbedingt mal aus.“ Zufälligerweise hatte gerade ein Studio ganz in der Nähe meines damaligen Arbeitsplatzes eröffnet. Ich war zunächst skeptisch, habe das Probetraining aber trotzdem gemacht – und hatte danach eine Woche Muskelkater. Da dachte ich: Da muss etwas hinter diesem Konzept stecken.

Das klingt fast so, als hätte dich der Muskelkater zum Unternehmer gemacht?
(lacht) Ganz so einfach war es nicht. Der Wunsch, mich irgendwann selbstständig zu machen, war schon vorher da. Ich komme aus einer sportlichen Familie, mein Vater war Profisportler, und ich wollte immer etwas im Sportbereich aufbauen. Das Probetraining war dann der entscheidende Impuls. Ich habe mich intensiver mit EMS-Training (effizientes Ganzkörpertraining durch elektrische Muskelstimulation; Anm. der Red.) beschäftigt und schliesslich den Franchisegeber gefragt, warum er zwar in der Westschweiz vertreten ist, aber noch nicht in der Deutschschweiz.

Und was war die Antwort?
Dass ihnen jemand fehlte, der den Markt in der Deutschschweiz aufbaut. Da habe ich gesagt: Das würde ich gern machen. Sechs Monate später haben wir das erste Studio in Zürich-Altstetten eröffnet.

Wie sahen deine ersten Schritte als Franchisenehmer aus?
Zunächst einmal wollte ich den Studioalltag selbst kennenlernen. Dabei half mir das Netzwerk meines Franchisegebers. Bevor ich mein erstes Studio eröffnete, arbeitete ich deshalb zwei Monate in einem Studio in Lausanne mit. Diese Zeit hat mir für den Aufbau des ersten Standorts in Zürich enorm geholfen. Trotzdem starteten wir dort bei Null: keine Community, kein Umsatz, keine Kundschaft.

Wie kann man sich das vorstellen?
In der Westschweiz war die Marke bereits etabliert. In der Deutschschweiz mussten wir diese dagegen praktisch von Grund auf aufbauen. Viele kannten weder den Franchisegeber Iron Bodyfit noch EMS als Trainingskonzept. Wir mussten also zwei Dinge gleichzeitig leisten: Vertrauen in die Marke aufbauen und das Trainingskonzept erklären. Das war am Anfang nicht einfach. Bei der Mitgliedersuche ging es dann auch darum, dass wir uns vor Ort ins Zeug legten, da war das Franchise und der Name erstmal gar nicht entscheidend.

Wie gewinnt man unter diesen Voraussetzungen die ersten Mitglieder?
Indem man aktiv rausgeht. Schon einen Monat vor der Eröffnung stellten wir uns in der Nachbarschaft vor und luden Menschen zum Probetraining ein. Nach diesem Prinzip haben wir jeden neuen Standort aufgebaut. Wenn wir einfach im Studio gesessen und gewartet hätten, wäre niemand gekommen – da hilft dir dann auch das beste Franchisekonzept nicht weiter.

Gab es auf dem Weg auch Momente, in denen du Lehrgeld bezahlt hast?
Auf jeden Fall. Am Anfang habe ich geglaubt, dass ein gutes Konzept automatisch zu einer Mitgliedschaft führt. So einfach ist es aber nicht. Franchise heisst nicht automatisch Erfolg,

Foto: Nico Suter

Vom Probetraining zum *Unternehmer*

2019 **Start** als Franchisenehmer

4 **Studios** in der Deutschschweiz

12 **Mitarbeitende** in einem starken Team

sondern man muss hart arbeiten, um zum Ziel zu gelangen. Man muss den Menschen auch vermitteln können, warum sie langfristig davon profitieren. Diese Erfahrung entwickelt man erst mit der Zeit.

Was hat dir das Franchisesystem in dieser Anfangsphase konkret gegeben?
Ich war zum ersten Mal Unternehmer. Natürlich hatte ich Betriebswirtschaft studiert, aber noch nie selbst ein Unternehmen geführt. Deshalb war es sehr wertvoll, auf die Erfahrung eines bestehenden Systems zurückgreifen zu können. Das hat mir den Einstieg enorm erleichtert. Es gibt klare Prozesse – von der Standortsuche bis zur Eröffnung. Viele Fehler, die ich als Gründer hätte machen können, haben die Franchiseunternehmerinnen und - unternehmer in der Anfangszeit bereits gemacht, als sie selbst Gründerinnen und Gründer waren. Daraus haben sie Rückschlüsse gezogen, was auch mir helfen kann. Dazu kommt der Austausch mit den anderen Franchisepartnerinnen und -partnern. Wenn irgendwo etwas besonders gut funktioniert, ist das für alle nützlich.

Inwieweit hilft dir das Franchisekonzept heute weiter?
Weiterhin sehr. Jeder führt zwar sein eigenes Unternehmen, aber wir verfolgen dasselbe Ziel. Konkurrenz untereinander spüren wir kaum. Wenn jemand mehr Mitglieder als der andere hat, pusht uns das eher, mehr zu geben. Wir tauschen uns regelmässig aus, lernen voneinander und treffen uns einmal im Jahr mit allen Franchisepartnerinnen und -partnern. Viele sind inzwischen auch privat befreundet. Das fühlt sich tatsächlich eher wie eine Familie an.

Welche Rolle spielen feste Standards in eurem Konzept?
Wir haben bei der Einrichtung gewisse Standards, die wir einhalten müssen. Gleichzeitig haben wir Freiheiten bei der Gestaltung – von den Möbeln über die Rezeption bis hin zur Dekoration. Ausserdem bleibt die Betreuung persönlich. Beim ersten Termin sprechen wir über die gesundheitlichen Voraussetzungen und die Ziele des Mitglieds. Darauf baut das gesamte Training auf.

Spüren das auch eure Mitglieder?
Ja, ich glaube schon. Viele bleiben nicht nur wegen des Trainings bei uns, sondern auch, weil sie sich gut aufgehoben fühlen. Wir kennen unsere Mitglieder gut, interessieren uns für ihre Ziele und dokumentieren wichtige Informationen im CRM-System. So kann jeder Coach die Betreuung nahtlos fortführen.

Was schätzen die Mitglieder besonders?
Vor allem die Kombination aus Effizienz und persönlicher Betreuung. Das Training dauert nur 25 Minuten und lässt sich gut in den Alltag integrieren. Gleichzeitig arbeiten wir sehr gesundheitsorientiert. Viele kommen mit Rücken-, Knie- oder anderen Beschwerden zu uns. Unser Ziel ist, dass sich die Menschen im Alltag wieder besser fühlen.

Dein Franchisegeber ist inzwischen international vertreten, unter anderem in Nordamerika. Welche Rolle spielt das in der Aussenwirkung der Marke?
Die Menschen sehen, dass das Konzept seit vielen Jahren funktioniert und international etabliert ist. Manche Mitglieder nutzen sogar die Möglichkeit, im Urlaub in einem anderen Studio zu trainieren. Im Alltag selbst spielt aber das einzelne Studio die Hauptrolle und für mich als Franchisenehmer heisst das: Ich muss schauen, dass meine eigenen Studios erfolgreich laufen.

Du leitest aktuell vier Studios an den Standorten Altstetten, Dietikon, Wettingen und Aarau. Bleibt da überhaupt noch Zeit zum Abschalten?
Im Moment bin ich mit meiner Familie am Strand in Spanien. Solche Auszeiten sind wichtig. Danach geht es mit klarem Kopf zurück in den Alltag.

Zum Schluss: Welchen Rat würdest du Menschen geben, die über den Schritt in die Selbstständigkeit nachdenken?
Ein Franchise nimmt einem die Arbeit nicht ab, das muss klar sein. Es erleichtert den Einstieg und gibt eine klare Orientierung. Den eigenen Weg muss am Ende trotzdem jeder selbst gehen. ■



Nico Suter

Nico Suter ist Head of Development Swiss German Part und CEO von Iron Bodyfit. Der Betriebswirt verantwortet die Weiterentwicklung der Marke in der Deutschschweiz und betreibt vier Iron Bodyfit-Studios in Altstetten, Dietikon, Wettingen und Aarau mit insgesamt zwölf Mitarbeitenden.

Neue Vorstandsmitglieder
bei swiss active

Gemeinsam die Branche stärken



Text: Yvonne Albers

Eine starke Branche braucht unterschiedliche Perspektiven. Mit Dario Danubio und Alessandro Biassoni Schmitz gewinnt der Vorstand von swiss active zwei Unternehmer, die ihre Erfahrungen aus der Praxis in die Verbandsarbeit einbringen. Gemeinsam verfolgen sie das Ziel, die Interessen der Schweizer Fitnessbranche zu stärken und ihre Bedeutung gegenüber Politik, Gesundheitswesen und Öffentlichkeit weiter sichtbar zu machen.

Vor dem Hintergrund der positiven Entwicklung und wachsenden Bedeutung der Fitnessbranche (swiss active, 2026) gewinnt auch eine starke Interessenvertretung weiter an Relevanz. swiss active – einer der führenden Schweizer Branchenverbände und Mitglied von Swiss Olympic sowie des europäischen Fitnessverbands Europe Active – vertritt mehr als 550 Standorte in der Schweiz und verfolgt das Ziel, die unterschiedlichen Perspektiven der Schweizer Fitnesslandschaft in der Verbandsarbeit zusammenzuführen sowie die gemeinsamen Interessen der Branche gegenüber Politik, Gesundheitswesen und Öffentlichkeit zu vertreten.

Eine Branche mit vielen Facetten

Die Schweizer Fitnessbranche ist so vielfältig wie ihre Mitglieder. Zahlreiche Einzelbetriebe prägen neben grossen Fitnessketten und spezialisierten Anbietern den Markt. Gemäss den Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2026 entfallen 732 Standorte auf Einzelbetriebe (50,66 %), 569 auf Ketten (39,49 %) und 140 auf Special-Interest-Anbieter (9,72 %) (swiss active, 2026). Diese breite Struktur macht deutlich, dass unterschiedliche Geschäftsmodelle, Zielgruppen und regionale Gegebenheiten die Branche gleichermassen prägen.

Vielfalt im Vorstand

Mit Dario Danubio (Danubio Fitness AG) und Alessandro Biassoni Schmitz (GYYM Health & Fitness AG), zwei Vertretern lokal verankerter inhaber- und familiengeführter Fitnessunternehmen, erweitert swiss active seinen Vorstand von sechs auf acht Mitglieder. Damit fliessen zusätzliche Erfahrungen aus der Praxis in die strategische Verbandsarbeit ein. Ziel ist es, die Vielfalt der Schweizer Fitnessbranche noch umfassender abzubilden und unterschiedliche Perspektiven in die Weiterentwicklung des Verbandes einzubeziehen.

Diese Vielfalt spiegelt sich auch in den Verbandsaktivitäten wider. Veranstaltungen wie der swiss active day oder die jährliche Mitgliederversammlung bringen die unterschiedlichen Akteure der Schweizer Fitnessbranche zusammen und schaffen Raum für Austausch, Vernetzung und gemeinsame Weiterentwicklung.

Die folgenden Interviews mit **Dario Danubio** und **Alessandro Biassoni Schmitz** zeigen, welche Perspektiven die beiden neuen Vorstandsmitglieder in die Verbandsarbeit einbringen und welche Impulse sie für die zukünftige Entwicklung der Schweizer Fitnessbranche setzen möchten.

Literaturliste

swiss active. (2026). Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2026. Zürich: Hrsg.

Foto: whyframeshot – stock.adobe.com


qualitop
WIR GARANTIEREN QUALITÄT
QUALITÄTSLABEL FÜR FITNESS- & GESUNDHEITSFÖRDERUNG
WIRKSAMES TRAINING
SICHERES TRAINING
GEPRÜFTER ANBIETER
KRANKENKASSEN ANERKANNT
Informationen & Anmeldung
www.qualitop.ch | info@qualitop.ch | +41 44 430 14 01

Die Zukunft gemeinsam gestalten

„Bewegung ist Teil unserer Kultur!“



Dario Danubio ist mit Fitness aufgewachsen und verantwortet gemeinsam mit seiner Familie ein Fitnessunternehmen mit elf Standorten. Im Vorstand von swiss active setzt er sich für mehr Zusammenhalt in der Branche ein. Sein Ziel ist es, den Austausch innerhalb der Branche zu fördern und damit einen Mehrwert für alle zu schaffen.

Dario, dein Weg in die Fitnessbranche begann bereits in jungen Jahren. Wie hat sich daraus deine heutige Führungsrolle bei der Danubio Management Holding entwickelt?
Dario Danubio: Ich bin praktisch im Fitnessstudio gross geworden. Schon als Kind habe ich viel Zeit im Betrieb meiner Eltern verbracht. Als ich nach einem USA-Aufenthalt übergangsweise im Studio mithalf, merkte ich, wie viel Freude mir die Arbeit dort bereitet. Mit 18 durfte ich bereits die Leitung unseres Studios in Romanshorn übernehmen. Heute bin ich für unsere gesamte Unternehmensgruppe mit elf Standorten verantwortlich.

Wann war für dich klar, dass du selbst Verantwortung übernehmen und die Branche aktiv mitgestalten möchtest?
Das kam relativ früh. Mit der Leitung eines eigenen Studios habe ich schnell gemerkt, wie wichtig gute Mitarbeitende und eine starke Unternehmenskultur sind. Gerade weil wir ein familiengeführtes Unternehmen sind, ist mir wichtig, unsere Mitarbeitenden persönlich zu begleiten und ihnen Orientierung zu geben. Deshalb schule ich auch jede Trainerin und jeden Trainer persönlich ein. Mir ist wichtig, dass unsere Mitarbeitenden nicht nur ihre Aufgaben kennen, sondern auch verstehen, wofür wir als Unternehmen stehen und welche Werte wir im täglichen Umgang mit unseren Mitgliedern leben möchten.

Über den Interviewpartner
Dario Danubio ist mit Fitness aufgewachsen. Schon als Kind verbrachte er viel Zeit im Studio seiner Familie. Heute ist der 31-Jährige ausgebildeter Fitnesstrainer und Mitglied der Geschäftsleitung der Danubio Management Holding, die insgesamt elf Standorte betreibt. Seit Mai gehört er zudem dem Vorstand von swiss active an.

Was hat dich persönlich motiviert, für den Vorstand von swiss active zu kandidieren?
Ich bin seit Jahren in der Branche tätig und kenne viele Akteure aus dem Fitnessmarkt. Die Mitarbeit im Vorstand sehe ich als Chance, die Perspektive inhabergeführter Unternehmen noch stärker einzubringen und den Austausch innerhalb der Branche aktiv mitzugestalten.

Mit 31 Jahren bist du das jüngste von acht Vorstandsmitgliedern. Welche Impulse möchtest du setzen?
Ich möchte mich vor allem für ein stärkeres Miteinander einsetzen. Natürlich stehen wir im Wettbewerb, aber gegenüber Politik, Gesellschaft und Gesundheitswesen müssen wir geschlossen auftreten. Gleichzeitig wünsche ich mir, dass sich noch mehr inhabergeführte Studios aktiv im Verband engagieren. Der Austausch bringt allen etwas und stärkt letztlich die gesamte Branche.

Welche Themen liegen dir besonders am Herzen, wenn du an die Zukunft der Schweizer Fitness- und Gesundheitsbranche denkst?
Wir müssen die fachliche Kompetenz unserer Trainerinnen und Trainer stärker sichtbar machen. Gute Fitnesstrainer verfügen über fundiertes Wissen in Training, Muskelaufbau und Prävention – eine Kompetenz, die in der Bevölkerung und im Gesundheitswesen mehr Anerkennung verdient. Fitnessstudios sind ein wichtiger Teil der Gesundheitsversorgung und sollten auch so wahrgenommen werden. Die Branche wird weiterwachsen, wenn wir gemeinsam ihren gesellschaftlichen Nutzen deutlicher aufzeigen. ■

Fotos: Danubio Management Holding | GYYM Health & Fitness AG

Impulse aus der Praxis

„Perspektiven-vielfalt macht einen starken Verband aus!“



Als CEO der GYYM Health & Fitness AG kennt Alessandro Biassoni Schmitz die Herausforderungen inhabergeführter Fitnessunternehmen. Im Vorstand von swiss active möchte er dazu beitragen, die Rolle der Fitnessbranche in Prävention und Gesundheitsförderung weiter zu stärken.

Alessandro, du führst mit dem GYYM in Basel einen innovativen Fitnessbetrieb. Was hat dich dazu bewogen, zusätzlich Verantwortung im Vorstand von swiss active zu übernehmen?
Alessandro Biassoni Schmitz: Zu Beginn war ich ehrlich gesagt nicht sicher, welchen Beitrag ich als Vertreter eines inhabergeführten Fitnesscenters im Vorstand leisten kann. Mit den ersten Einblicken in die Verbandsarbeit wurde mir jedoch schnell klar, wie wertvoll der Austausch zwischen den unterschiedlichen Unternehmen ist. Genau diese Perspektivenvielfalt macht einen starken Verband aus – und ich freue mich, meinen Beitrag dazu leisten zu können.

Welche Erfahrungen aus deiner unternehmerischen Tätigkeit möchtest du als Vertreter eines inhabergeführten Fitnessunternehmens in die Verbandsarbeit einbringen?
Ich bin nach wie vor jeden Tag im Betrieb, spreche mit Mitgliedern, Mitarbeitenden und Partnern. Dadurch bekomme ich direkt mit, welche Themen für die Branche relevant sind. Dieser Praxisbezug ist aus meiner Sicht ein Mehrwert. Entscheidungen sollten nicht nur auf strategischen Überlegungen beruhen, sondern immer auch die Realität im Studioalltag berücksichtigen.

Welche Themen sind das aktuell?
Die Fitnessbranche entwickelt sich enorm schnell. Digitalisierung, künstliche Intelligenz und neue Trainingsformen verändern unser Angebot laufend. Gleichzeitig müssen Betreiber entscheiden, wo sich Investitionen lohnen und welche Entwicklungen man zunächst besser beobachtet. Hinzu kommen Themen wie Fachkräftemangel und steigende Erwartungen der Mitglieder. Die Herausforderung besteht darin, Innovationen sinnvoll zu nutzen, ohne dabei den persönlichen Kontakt und die Qualität der Betreuung aus den Augen zu verlieren.

Die Schweizer Fitnesslandschaft ist sehr vielfältig. Wie wichtig ist der Austausch unterschiedlicher Perspektiven innerhalb eines Branchenverbands?
Ich halte ihn für enorm wichtig. Natürlich stehen wir miteinander im Wettbewerb, aber wir müssen das Rad nicht immer neu erfinden. Der offene Austausch über Erfahrungen oder Herausforderungen hilft der gesamten Branche. Wenn wir voneinander lernen und gemeinsam auftreten, profitieren letztlich alle – unabhängig davon, ob es sich um ein einzelnes Studio oder eine grössere Unternehmensgruppe handelt.

Wo siehst du die Schweizer Fitnessbranche in fünf Jahren und welche Rolle sollte swiss active dabei spielen?
Ich bin überzeugt, dass Fitness künftig noch stärker als Teil der Gesundheitsversorgung an Relevanz gewinnt. Neben Digitalisierung und Community-Building sehe ich auch beim Thema GLP-1 Potenzial für Fitnesscenter. swiss active kann dazu beitragen, deren Rolle gegenüber Politik, Gesundheitswesen und Krankenkassen noch stärker zu verankern. ■

Über den Interviewpartner
Alessandro Biassoni Schmitz ist Geschäftsführer des GYYM. Das innovative, inhabergeführte Fitnessunternehmen zählt zu den bekanntesten Fitnessadressen in Basel und wird kommendes Jahr um einen zweiten Standort im Süden der Stadt erweitert. Seit Mai 2026 engagiert sich der 33-Jährige im Vorstand von swiss active.

Was Fitnesscenter über die neue Titelführung wissen sollten

„Professional Bachelor“ & „Professional Master“

Ab Oktober 2026 erhalten Abschlüsse der Schweizer höheren Berufsbildung die Titelzusätze „Professional Bachelor“ und „Professional Master“. Für Fitnesscenter schafft die Reform neue Möglichkeiten, Qualifikationen verständlich zu kommunizieren und Karrierewege praxisnah aufzuzeigen.

Die Schweizer höhere Berufsbildung erhält eine neue Sichtbarkeit: Mit dem Massnahmenpaket zur Stärkung der höheren Berufsbildung werden die Titelzusätze „Professional Bachelor“ und „Professional Master“ eingeführt. Die Änderungen des Berufsbildungsgesetzes und der Berufsbildungsverordnung treten am 1. Oktober 2026 in Kraft. Für Fitnesscenter sowie Bildungsanbieter ist dies mehr als eine formale Titeländerung: Sie beeinflusst, wie Qualifikationen eingeordnet, kommuniziert und für die Gestaltung von Weiterbildungswegen im Rahmen der Personalentwicklung genutzt werden.



Was sich ab dem 1. Oktober konkret ändert

Für eidgenössische Berufsprüfungen mit Fachausweis und für Diplome höherer Fachschulen gilt künftig der Zusatz „Professional Bachelor“, für eidgenössische höhere Fachprüfungen mit Diplom der Zusatz „Professional Master“. Abschlüsse wie Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis, Experte Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Diplom oder diplomierte Bewegungspädagogin HF bzw. diplomierter Bewegungspädagoge HF können entsprechend ergänzt werden.

Die geschützten Schweizer Titel bleiben bestehen; der Zusatz wird nach einem Komma angefügt, beispielsweise: „Spezialist/-in Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis, Professional Bachelor“

Eine isolierte Verwendung von „Professional Bachelor“ oder „Professional Master“ ist nicht zulässig.

Die Regelung gilt auch für frühere Absolventen. Neue Fachausweise oder Diplome werden nicht ausgestellt; das SBFI stellt ein ergänzendes Dokument für die bestehende Urkunde bereit.

Fotos: Krakenimages.com – stock.adobe.com | SAFS AG

„Professional Bachelor“ und Hochschul-Bachelor: gleichwertig einordnen, aber nicht gleichsetzen

Ein Hochschul-Bachelor oder Master ist ein eigenständiger akademischer Abschluss, während „Professional Bachelor“ oder „Professional Master“ ein Zusatz zu einem Abschluss der höheren Berufsbildung sind.

Beide Bildungswege sind gleichwertig einzuordnen, aber nicht gleichzusetzen. Die höhere Berufsbildung orientiert sich eng an beruflichen Handlungssituationen. Hochschulbildungen vermitteln zusätzlich wissenschaftlich-methodische, analytische und konzeptionelle Kompetenzen. Im Fitnessunternehmen können sich beide Profile sinnvoll ergänzen.

Welchen Nutzen die Branche daraus ziehen kann

„Professional Bachelor“ und „Professional Master“ stärken die Wahrnehmung der Fitnessbranche als qualifizierter und professioneller Dienstleistungsbereich. Sie machen sichtbar, dass Bewegungs- und Gesundheitsförderung auf anerkannten Aus- und Weiterbildungen basiert. Damit können sie die gesellschaftliche und politische Akzeptanz der Branche stärken und ihre Rolle als relevanter Akteur in Prävention und Gesundheit unterstreichen.

Warum das Thema für Fitnesscenter relevant ist

Die Erwartungen der Kunden an Betreuung, Gesundheitskompetenz und individuelle Begleitung steigen. Fitnesscenter, Gesundheitscenter und bewegungsorientierte Dienstleistungsbetriebe benötigen daher qualifiziertes Personal, das Qualität in Training und Beratung sichert. Sowohl Kunden als auch Bewerber können Schweizer Abschlüsse häufig nur schwer einordnen. Die neuen Titelzusätze verdeutlichen deren Bildungsstufe und berufspraktische Ausrichtung. Sie machen berufliche Qualifikationen und Entwicklungsmöglichkeiten verständlicher. Dadurch kann die Fitnessbranche als Arbeitsmarkt attraktiver werden. Gleichzeitig schaffen sie gegenüber Kunden mehr Transparenz und vermitteln Professionalität, Sicherheit und Vertrauen in die Leistungen der Anbietenden.

Was Arbeitgeber jetzt konkret tun sollten

Arbeitgebern eröffnet die Reform vier konkrete Handlungsfelder:

1. Qualifikationen verständlich kommunizieren

Fitnesscenter sollten frühzeitig festlegen, wie die neuen Titel auf Webseiten, in Teamprofilen, Visitenkarten, E-Mail-Signaturen, Stellenprofilen und Ausbildungsunterlagen korrekt verwendet werden. „Professional Bachelor“ und „Professional Master“ erleichtern es, Qualifikationen gegenüber Bewerbern, Mitarbeitenden sowie Kunden verständlich und sichtbar zu machen.

2. Bildungswege und Karrierepfade sichtbar machen

Die Titelzusätze können die interne Personalentwicklung stärken. Sie verdeutlichen, dass Weiterbildungen über eidgenössische Prüfungen oder höhere Fachschulen zu anerkannten Abschlüssen der höheren Berufsbildung führen. Fitnesscenter können Entwicklungspfade vom operativen Training über eine eidgenössische Berufsprüfung bis zu Fachverantwortung oder Führungsaufgaben aufzeigen. Das macht Karrierewege für Instruktoren, Trainer und Beratende attraktiver.

3. Qualifikationen gezielt im Betrieb verankern

Für Führungskräfte stellt sich nicht nur die Frage, welche Titel Mitarbeitende führen dürfen. Entscheidend ist, wie ihre Qualifikationen sinnvoll im Betrieb eingesetzt werden. Mitarbeitende mit Grundqualifikation können Aufgaben in der Trainingsbetreuung übernehmen. Der Abschluss „Spezialist Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis, Professional Bachelor“ qualifiziert für anspruchsvollere Beratungs- und Betreuungsaufgaben. Diplomierte Bewegungspädagoginnen und -pädagogen HF, Professional Bachelor bringen ihre Kompetenzen insbesondere in der methodisch-didaktischen Arbeit ein. Der Abschluss „Experte Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Diplom, Professional Master“ befähigt zu Fach-, Führungs- und Entwicklungsaufgaben.

Diese Zuordnung dient Arbeitgebern als Orientierung. Ausschlaggebend bleiben Berufserfahrung, Kompetenzprofil und konkretes Aufgabenfeld.

4. Kundennutzen kommunizieren

Qualifikationen sind nicht nur im Recruiting und in der Personalentwicklung relevant. Transparent ausgewiesene Abschlüsse können auch das Vertrauen der Kunden sowie die Wahrnehmung von Qualität und Professionalität stärken. Dabei sollte die Kommunikation sachlich bleiben: „Professional Bachelor“ und „Professional Master“ sind Titelzusätze zur höheren Berufsbildung, keine neuen Ausbildungen und keine akademischen Bachelor- oder Masterabschlüsse.

Fazit: Eine Chance für professionelle Fitnesscenter

„Professional Bachelor“ und „Professional Master“ stärken die Sichtbarkeit der höheren Berufsbildung. Sie stehen nicht in Konkurrenz zu akademischen Abschlüssen, sondern kennzeichnen einen eigenständigen, praxisorientierten Bildungsweg. Dabei entsteht sowohl für die Bildung als auch für die Praxis ein wichtiger Mehrwert: Abschlüsse werden transparenter, berufliche Entwicklungsperspektiven sichtbarer und Weiterbildungswege attraktiver. Fitnesscenter können Kompetenzen besser kommunizieren, ihre Mitarbeitenden gezielt fördern und Qualifikationen sinnvoll einsetzen. Entscheidend bleibt jedoch, dass hinter jedem Titel erlebbare Qualität steht – in der Beratung, im Training und im Umgang mit Menschen.



Roger Erni
Der Geschäftsführer der SAFS AG und Gründer und Geschäftsführer der Sport Mental Akademie engagiert sich als Bildungs- und Branchenexperte für die Entwicklung praxisnaher Qualifikationen und die kontinuierliche Professionalisierung der Fitnessbranche.



Vom Fitnesscenter zum Gesundheitsdienstleister

Warum Qualität Trends überdauert

HYROX® ist weit mehr als ein erfolgreicher Fitnesstrend. Das Wettkampfformat steht exemplarisch für den Wandel der Fitnessbranche: weg von reiner Ästhetik, hin zu Gesundheit, Leistungsfähigkeit und funktioneller Fitness. Warum Fitnesscenter zunehmend zu Gesundheitsdienstleistern werden, welche Rolle Betreuung und Fachkompetenz künftig spielen und weshalb nachhaltige Qualität wichtiger ist als jeder Trend, erläutert Urs Malke in diesem Fachbeitrag.

Bis vor einiger Zeit wäre mir HYROX vermutlich kaum besonders aufgefallen. Ein weiteres Wettkampfformat, ein weiterer Fitnesstrend – davon hat unsere Branche in den vergangenen Jahren etliche erlebt.

Je häufiger ich jedoch Berichte lese und Bilder von Wettkämpfen sehe, desto mehr stellt sich mir eine andere Frage: Warum begeistert ausgerechnet dieses Format derzeit so viele Menschen?

Die einfachste Antwort lautet: gutes Marketing. Sicher, das trägt zum Erfolg bei; ich glaube jedoch, dass diese Erklärung zu kurz greift.

Vielleicht erzählt uns HYROX nämlich gar nicht in erster Linie etwas über einen neuen Sport. Vielleicht zeigt uns dieses Format vielmehr, wie sich die Erwartungen der Menschen an Fitness grundlegend verändern.

Die Zahlen erzählen mehr als eine Erfolgsgeschichte

Die Schweizer Fitnessbranche wächst weiter. Laut den „Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2026" trainierten Ende 2025 rund 1,45 Millionen Menschen in einem Fitnesscenter – so viele wie nie zuvor (swiss active, SAFS Hochschule & DHfPG, 2026). Auch die Anzahl der Center und der Branchenumsatz erreichten neue Höchstwerte. Bereits 16 Prozent der Schweizer Bevölkerung besitzen heute eine aktive Mitgliedschaft.

1,45 Mio.

Menschen trainieren in der Schweiz in einem Fitnesscenter – so viele wie noch nie zuvor.

Wer diese Zahlen betrachtet, könnte sie als Ausdruck eines wirtschaftlich erfolgreichen Marktes interpretieren. Meiner Meinung nach erzählen sie jedoch eine weit interessantere Geschichte. Erstmals positionieren sich die meisten Schweizer Fitnesscenter primär über Gesundheit (35,5 %) und Training (35,4 %). Lifestyle und Wellness verlieren dagegen zunehmend an Bedeutung (swiss active, SAFS Hochschule & DHfPG, 2026). Das ist weit mehr als eine Marketingentscheidung. Es beschreibt einen Paradigmenwechsel. Fitnesscenter entwickeln sich zunehmend von Trainingsanbietern zu Gesundheitsdienstleistern.

Die eigentliche Veränderung findet im Kopf statt

Über viele Jahre wurde Fitness vor allem mit Muskelaufbau, Gewichtsreduktion oder ästhetischen Zielen verbunden. Diese Motive sind keineswegs verschwunden – sie werden heute jedoch durch etwas ergänzt, das für unsere Branche weitreichende Folgen hat.

Die Frage lautet immer häufiger nicht mehr: „Wie sehe ich aus?", sondern: „Was kann mein Körper leisten?"

Fotos: Bluesky60 – stock.adobe.com | Urs Malke, Qualitop

Krafttraining ist dafür ein gutes Beispiel. Noch vor wenigen Jahren wurde es oft mit Sport oder Bodybuilding verbunden. Heute gilt es als eine der wichtigsten Empfehlungen zur Gesundheitsförderung und zum Erhalt der Selbstständigkeit im Alter. Entsprechend gehören Kraft- und Herz-Kreislauf-Training heute nahezu flächendeckend zum Angebot der Schweizer Fitnesscenter.

Auch die Mitgliederstruktur verändert sich. Bereits mehr als ein Drittel aller Trainierenden ist jünger als 30 Jahre. Gleichzeitig zeigt die Studie (swiss active, SAFS Hochschule & DHfPG, 2026), dass gerade jüngere Menschen Gesundheit, Leistungsfähigkeit und Attraktivität zunehmend als zusammengehörend verstehen.

Gesundheit wird damit immer häufiger als Fähigkeit verstanden – nicht nur als Abwesenheit von Krankheit.

Warum HYROX genau jetzt erfolgreich ist

Vor diesem Hintergrund überrascht der Erfolg von HYROX kaum. Das Wettkampfformat verbindet Kraft, Ausdauer und funktionelle Bewegungen zu einer Herausforderung, die anspruchsvoll ist und gleichzeitig für viele ambitionierte Freizeitsportler erreichbar bleibt.

Entscheidend ist jedoch etwas anderes: HYROX steht exemplarisch für ein neues Verständnis von Fitness. Nicht der möglichst grosse Muskel oder die perfekte Figur stehen im Mittelpunkt, sondern ein Körper, der tragen, ziehen, laufen und Belastungen bewältigen kann – im Wettkampf ebenso wie im Alltag. HYROX ist deshalb weniger der Auslöser dieser Entwicklung als vielmehr ihr sichtbarstes Symptom.

Was bedeutet das für Fitnesscenter?

Wenn sich die Erwartungen der Kundinnen und Kunden verändern, verändert sich zwangsläufig auch die Aufgabe der Fitnesscenter. Wo früher Gerätepark, Trainingsfläche oder Öffnungszeiten als wichtigste Qualitätsmerkmale galten, rücken heute Betreuung, Individualisierung und Gesundheitskompetenz zunehmend in den Mittelpunkt.

Diese Entwicklung spiegelt sich auch in den aktuellen Branchendaten wider. Bereits 68,6 Prozent der Schweizer Fitnesscenter bieten Personal Training an. Gleichzeitig investieren 97,5 Prozent der Betriebe in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden (swiss active, SAFS Hochschule & DHfPG, 2026). Die Qualität eines Fitnesscenters wird sich künftig deshalb immer weniger über seine Infrastruktur definieren – und immer stärker über die Kompetenz seiner Mitarbeitenden und die Qualität seiner Betreuung.

Qualität muss Trends überdauern

Trends werden kommen und gehen. Vielleicht sprechen wir in wenigen Jahren nicht mehr über HYROX, sondern über ein anderes Trainingsformat oder eine neue Technologie. Für Fitnesscenter stellt sich deshalb nicht in erster Linie die Frage, welchem Trend sie als Nächstes folgen sollten. Entscheidend ist vielmehr, ob neue Trainingsformen in ein professionelles, gesundheitsorientiertes Betreuungskonzept eingebettet werden.

Genau an diesem Punkt setzt die Qualitop-Norm an. Sie bewertet nicht einzelne Trainingsmethoden oder aktuelle Fitnessmoden. Ihr Fokus liegt auf den Voraussetzungen, die dauerhaft gute Qualität ermöglichen: qualifizierte Mitarbeitende, strukturierte Betreuungsprozesse, gesundheitsorientierte Trainingskonzepte und eine nachvollziehbare Qualitätssicherung.

Gerade dadurch unterstützt die Norm die aktuelle Entwicklung der Branche. Sie schafft genügend Freiraum, innovative Trainingsformen in bestehende Angebote zu integrieren, ohne dabei den Anspruch an Sicherheit, Gesundheitsförderung und professionelle Betreuung aus den Augen zu verlieren.

Fazit

HYROX wird vermutlich nicht der letzte grosse Fitnesstrend sein. Die eigentliche Entwicklung reicht jedoch weit über einzelne Trainingsformate hinaus. Fitnesscenter entwickeln sich zunehmend zu Gesundheitsdienstleistern. Menschen erwarten heute mehr als Trainingsgeräte oder moderne Infrastruktur. Sie suchen kompetente Begleitung, individuelle Betreuung und Angebote, die ihre Gesundheit und Leistungsfähigkeit langfristig fördern.

Genau darin liegt auch die zunehmende Bedeutung unabhängiger Qualitätsstandards. Ihre Aufgabe besteht nicht darin, Trends zu bewerten oder Innovationen zu bremsen. Vielmehr schaffen sie den Rahmen, damit neue Trainingsformen verantwortungsvoll, gesundheitsorientiert und nachhaltig umgesetzt werden können.

Für Qualitop bedeutet dies, die Fitnessbranche nicht nur auf ihrem Weg in die Zukunft zu begleiten, sondern sie aktiv dabei zu unterstützen, Qualität als zentrales Merkmal ihres Gesundheitsauftrags sichtbar zu machen. Denn Trends verändern die Branche – Vertrauen entsteht jedoch durch nachweisbare Qualität. ■



Urs Malke
Der Entspannungscoach und Hypnosetherapeut unterstützt das Qualitop-Label seit Jahren als unabhängiger Zertifizierer. Er begleitet Fitnessstudios, Sporteinrichtungen und Methodenanbieter in der Schweiz bei der Qualitätsumsetzung. Dabei nutzt er seine Erfahrung als Berater und Key-Account-Manager in der Schweiz und international.

Literaturliste
Bundesamt für Statistik (BFS), Bevölkerungsdaten 2025/2026. Verfügbar unter: https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bevoelkerung/stand-entwicklung.html

swiss active, SAFS Hochschule & DHfPG (2026): Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2026. Verfügbar unter: https://swissactive.ch/wp-content/uploads/2026/04/sa-eckdaten-studie-2026-report_DE.pdf



Kompetenzen stärken und Menschen begeistern

Erfolgreicher Start der ersten Ausbildung zum „Kursleiter Zirkeltraining“

Mit grosser Begeisterung, viel Engagement und einer gesunden Portion Vorfreude startete die erste Ausbildung zum „Kursleiter Zirkeltraining“. Die Teilnehmenden: Fitnessbegeisterte, Trainer und Kursleiter. Eines hatten dabei alle gemeinsam: den Wunsch, Menschen zu motivieren und hochwertige Gruppentrainings anzuleiten. Denn Zirkeltraining zählt durch die Kombination aus Kraft, Ausdauer, Koordination und Beweglichkeit zu den effektivsten und vielseitigsten Trainingsformen, mit der man Teilnehmende jeden Alters und Leistungsniveaus fördern kann (Ramos-Campo et al., 2021).

Mehr als nur Übungen anleiten

Im Mittelpunkt der Ausbildung stehen umfangreiche Kenntnisse der Trainingslehre, die korrekte Übungsausführung, Belastungssteuerung, Gruppenführung sowie die professionelle Planung und Gestaltung moderner Zirkeltrainings. Die angehenden Kursleiter lernen, wie sie Teilnehmende motivieren, unterschiedliche Leistungsniveaus berücksichtigen und ein Training gestalten, das sowohl effektiv als auch nachhaltig ist.

Während der ersten Ausbildung war die positive Entwicklung der Teilnehmende besonders beeindruckend. Mit praxisnahen Übungen, individuellem Feedback und der Unterstützung erfahrener Dozenten wuchs ihr Selbstvertrauen von Tag zu Tag. Aus womöglich verunsicherten Teilnehmenden wurden so kompetente Kursleitungen, die nun mit Fachwissen, Begeisterung und einer professionellen Ausstrahlung überzeugen. Neben dem fachlichen Wissen spielte auch der Austausch innerhalb der Gruppe eine wichtige Rolle. Erfahrungen wurden geteilt, neue Kontakte geknüpft und wertvoller Input gesammelt. Genau diese Kombination aus Lernen, Erleben und gemeinsamer Entwicklung macht die SAFS-Ausbildungen aus.

> „Für mich war die Ausbildung ein echter Augenöffner. Ich dachte, ich wüsste schon viel über Zirkeltraining, aber die Tiefe beider Belastungssteuerung und die unzähligen Variationsmöglichkeiten haben mich absolut begeistert. Der Austausch in der Gruppe war zudem mega inspirierend.“
> Thomas K., Fitnesstrainer und Absolvent

Beste Perspektiven in einer wachsenden Branche

Wer Freude daran hat, Menschen zu begleiten, zu motivieren und aktiv zu ihrer Gesundheit beizutragen, findet im Bereich Zirkeltraining ein vielseitiges Tätigkeitsfeld mit sehr guten Berufsaussichten. Fachwissen kann erlernt werden, Erfahrung wächst mit der Praxis – entscheidend ist der Wille, den ersten Schritt zu machen. Der nächste Ausbildungsstart für dieses Jahr ist der 28. November 2026. Alles zur Ausbildung im Detail und weitere Ausbildungstermine jetzt erfahren:

Literatur

Ramos-Campo, D. J., Caravaca, L. A., Martínez-Rodríguez, A., & Rubio-Arias, J. Á. (2021). Effects of Resistance Circuit-Based Training on Body Composition, Strength and Cardiorespiratory Fitness: A Systematic Review and Meta-Analysis. Biology, 10(5), 377.

Foto: SAFS AG



Les Mills Snr, 1934–2026

Les Mills – der Mann, der Millionen Menschen für Bewegung begeisterte

Ich erinnere mich noch genau an meine erste Les Mills Ausbildung zur BODYPUMP®-Instruktorin vor rund 26 Jahren. Ich war jung, neu in der Fitnessbranche und voller Vorfreude auf das, was vor mir lag. Ich erinnere mich an Challenges, an Muskelkater und an unzählige Stunden vor dem Videorekorder oder im Auto – um sicherzugehen, dass die Choreografie perfekt sitzt. Bis heute genügt ein Track aus dieser Zeit, und die Bewegungsabläufe sind augenblicklich wieder präsent. Ich erinnere mich an die Euphorie und an den Stolz, den ich empfand, ein Teil dieser Community zu sein. Und vor allem erinnere ich mich an dieses unbeschreibliche Gefühl, vor einer Gruppe zu stehen und Menschen mit Musik, Bewegung und Energie mitzureissen.

Damals ahnte ich noch nicht, dass ich Teil von etwas wurde, das mehr war als nur ein Fitnessprogramm. Es war ein Mindset. Ein Lifestyle. Eine Leidenschaft, die mich viele Jahre begleiten sollte und am Ende meinen gesamten Lebensweg prägte – als Instruktorin, als Trainerin, als Dozentin und heute als Chefredakteurin der FITNESS TRIBUNE.

All das wäre ohne einen Mann nicht entstanden: Leslie Roy Mills.

Gemeinsam mit seiner Frau Colleen eröffnete er 1968 in Auckland sein erstes Fitnessstudio. Sein Sohn Phillip entwickelte daraus später gemeinsam mit Jackie Mills die heute weltweit bekannten Les Mills Programme. Doch die Grundlage für diesen Erfolg legte Les Mills Senior. Seine Überzeugung, Menschen für Bewegung zu begeistern und Fitness für alle zugänglich zu machen, wurde zum Leitbild eines Unternehmens, das heute Millionen Menschen in über 100 Ländern erreicht.

Les Mills war weit mehr als ein Unternehmer. Er war Olympionike, Bürgermeister von Auckland und ein Pionier, der den Fitnessmarkt aussergewöhnlich stark beeinflusst hat. Sein Name steht bis heute für Qualität, Innovation und die Überzeugung, dass gemeinsames Training Menschen stärker macht – körperlich wie mental.

„Les Mills war ein echter Pionier. Ihn persönlich kennenzulernen war eine grosse Ehre – seine Vision hat die Fitnesswelt verändert und unzählige Menschen, mich eingeschlossen, nachhaltig inspiriert."

Kathi Fleig, eine der ersten Les Mills Instruktorinnen der Schweiz, langjähriges Mitglied des Schweizer National Teams und internationale Presenterin

Auch in der Schweiz haben Generationen von Instruktorinnen und Instruktoren mit den Programmen von Les Mills ihre ersten Schritte in den Kursraum gemacht. Ich bin sicher: Viele von ihnen erinnern sich bis heute – genau wie ich – an ihre erste Ausbildung, an Lampenfieber, an Stolz und an den Moment, in dem es hiess: „Ready to teach."

„Als wir die Les Mills Programme in die Schweiz holten, war schnell klar, dass hier etwas Aussergewöhnliches entsteht. Les Mills hat den Group-Fitness-Markt nachhaltig geprägt und Standards gesetzt, die bis heute einzigartig sind."

Heinz Thürig, Verwaltungsratspräsident der SAFS und Wegbereiter der Les Mills Programme in der Schweiz

Mit Leslie Roy Mills verliert die internationale Fitnessbranche einen ihrer bedeutendsten Vordenker. Sein Vermächtnis besteht nicht nur aus Studios oder Programmen. Es lebt in jeder Instruktorin und jedem Instruktor weiter, die Woche für Woche mit Leidenschaft Menschen in Bewegung bringen. Und vielleicht ist genau das das grösste Vermächtnis eines Mannes, dessen Idee Millionen Menschen auf der ganzen Welt bis heute miteinander verbindet.

Foto: LES MILLS INTERNATIONAL

VERANSTALTUNGEN

INFOVERANSTALTUNGEN ZUR BERUFSBILDUNG

25.08.2026 Infoveranstaltung für Fitness Trainer und Kursleiter, Zürich und digital

17.09.2026 Infoveranstaltung für Fitness Trainer und Kursleiter, Zürich und digital

20.10.2026 Infoveranstaltung für Fitness Trainer und Kursleiter, Zürich und digital

Mehr Informationen und Anmeldung unter www.safs.com

INFOVERANSTALTUNGEN ZUM SAFS HOCHSCHULSTUDIUM

24.08.2026 SAFS Hochschule Infoveranstaltung, Zürich und digital

22.09.2026 SAFS Hochschule Infoveranstaltung, Zürich und digital

29.10.2026 SAFS Hochschule Infoveranstaltung, Zürich und digital

Mehr Informationen und Anmeldung unter www.safs-hochschule.ch/events

EVENTS

04.09.2026 Schweizer Fitness Abend, Halbinsel Au

11.09.2026 swissODP-Symposium, Messe Luzern

30.10.2026 Longevity Experience 2026, Siggenthal-Station

20.11. – 22.11.2026 Health Days, Flims



PRIME TIME fitness

Neuer Standort in Einsiedeln

PRIME TIME fitness hat Anfang August 2026 einen neuen Club in Einsiedeln eröffnet und damit sein Standortnetz in der Zentralschweiz erweitert. An der Zürichstrasse 71 bietet der Club ein vielseitiges Trainingsangebot mit Coaching, Personal Training, Kursen sowie modernen Trainingskonzepten. Zur Ausstattung gehören unter anderem Geräte und Systeme von Atlantis, Eleiko, EGYM, gym80 und Sensopro. Der neue Standort liegt in unmittelbarer Nähe zum bestehenden Club in Schindellegi.



Branchenhighlight 2026

Schweizer Fitness Abend 2026

Die Vorfreude auf das Highlight der Schweizer Fitness- und Gesundheitsbranche steigt: Am Freitag, 4. September 2026, wird die Halbinsel Au zum exklusiven Treffpunkt für führende Entscheidungsträger, geschätzte Partner und inspirierende Persönlichkeiten. Der Schweizer Fitness Abend steht ganz im Zeichen von angenehmen Gesprächen, hochwertigem Wissensaustausch und neuen Impulsen für die Zukunft der Branche. Geladene Gäste erwartet ein Apéro am Zürichsee, ein exquisites Dinner und Impulse für die Zukunft. Dieser Abend wird entscheidend von den Premiumpartnern geprägt: Porsche Zentrum Zürich, Technogym und Matrix. Zudem unterstützen die Partner BZ Solutions, EGYM, FITNESS TRIBUNE, gym80 Schweiz, KA-EX, Les Mills, LifeFitness / Hammer Strength, milon, NOCCO, Perform Better, Precor, ratio, RKS und SAFS HOCHSCHULE das exklusive Treffen.

Fotos: PRIME TIME fitness | SAFS AG | Technogym | HealthEXPO



„Technogym Reform“ in der Schweiz

Technogym bringt Reformer

Technogym bringt mit „Technogym Reform“ einen eigenen Pilates-Reformer auf den Schweizer Markt. Das Gerät richtet sich an Einsteiger sowie Fortgeschrittene und ist sowohl für Fitnesscenter als auch für den privaten Gebrauch konzipiert. Es wurde gemeinsam mit einem anerkannten Pilates-Instruktor entwickelt und bietet ein präzises, kalibriertes Federsystem, ergonomische Stützen und kann platzsparend gelagert werden. Ergänzend stehen digitale Trainingsprogramme über die Technogym App und Technogym Visio bereit. Der Reformer, der aus Holz und veganem Leder gefertigt ist, wurde mit dem iF DESIGN AWARD 2026 ausgezeichnet. Die offizielle Schweizer Markteinführung fand im Enea Tree Museum in Zürich statt.



HealthEXPO 2027 in Basel steht

Mehr Fläche und Programm

Das Programm für die HealthEXPO 2027 steht: Am Samstag, 1. Mai 2027, wird die Messe Basel zur zentralen Plattform für B2C- und B2B-Themen rund um die Gesundheit. Die kommende Ausgabe wächst mit neuen Themenwelten sowie mehr Ausstellungsfläche und erwartet über 20’000 Besucher. Auf der neu gestalteten Website können Stände bereits gebucht werden. Über den Aussteller-Webshop stehen alle wichtigen Informationen von Aufbauzeiten über Hallenpläne bis hin zu Marketingoptionen bereit. Ein grosses Plus ab 2027: Stromanschluss und das Standard-Marketingpaket sind bei jeder Standfläche bereits inklusive.



Komm, wir gehen ins … MYGYM Prime Mondsee

VON MARKENBILDUNG, INNOVATIONSBEREITSCHAFT UND GANZ VIEL LIEBE

Text: Carolin Blank



Fotos: ©MYGYM/wildbild



DAS MYGYM PRIME MONDSEE HATTE SEIT SEINER GRÜNDUNG VOR 35 JAHREN SCHON VIELE NAMEN: SPORTLAND, VITA CLUB, MYGYM PRIME. DAS CENTER, HEUTE UNTER DER LEITUNG VON CONNY UND CHRISTIAN HÖRL, HAT LANGE NACH SICH UND SEINER IDENTITÄT GESUCHT, SIE ABER LETZTLICH ALS „SCHMUCKSTÜCK" DER FRANCHISESTUDIOMARKE MYGYM PRIME GEFUNDEN – AUCH WEGEN DER BESONDEREN EMOTIONALEN BEZIEHUNG DER HÖRLS ZU IHREM STUDIO.

„Komm, wir gehen ins Sportland" – wer am Mondsee lebt oder ein Wochenendhäuschen besitzt, weiss nun genau, wo es hingehen soll. Zu dem Ort, an dem Fitness, Digitalisierung und Betreuung auf höchstem Niveau miteinander vereint sind. Allerdings heisst die Örtlichkeit schon seit Jahrzehnten nicht mehr Sportland, sondern mittlerweile MYGYM Prime. Und sie gehört auch nicht mehr dem Gründer Josef Mörtl, sondern Conny und Christian Hörl. Die beiden haben aus dem Tennis- und Squashcenter mit Restaurant ein florierendes Fitnesscenter gemacht, das rund um den Mondsee seinesgleichen vergeblich sucht. Wie sie das geschafft haben und dabei noch ihr ganz persönliches Glück gefunden haben, hat uns Conny in einem entspannten Plausch an einem heißen Mittwochmorgen verraten.

ÜBER DAS SPORTLAND, DAS JETZT MYGYM PRIME HEISST

Anfang der Neunzigerjahre wurde das Sportland als Top-Tennis- und Squashanlage eröffnet. Was zunächst als Erfolgsgeschichte begann, verlor mit dem schwächer werdenden Tennisboom schnell an Fahrtwind. Letztlich drohte dem Center bereits Mitte der Neunzigerjahre die Insolvenz.

Dennoch hatte es die Anlage zu viel Anerkennung gebracht. Sodass sich die Münchener Unternehmerfamilie Ruhnke mit Tochter Conny, die am Mondsee ein Wochenendhaus besass, kurzerhand dazu entschloss, diese Anlage zu übernehmen und neuzugestalten. Conny selbst befand sich damals noch im BWL-Studium und hatte mit der Fitnessbranche noch keinerlei Berührungspunkte – genauso wenig wie ihre Familie, die bisher im Bauunternehmertum erfolgreich war. Nach der ersten Euphorie merkten sie schnell, dass sie eine erfahrene Figur aus der Fitnessbranche brauchten, wenn diese Übernahme auch langfristig erfolgreich werden sollte. Über Empfehlungen kamen sie an Christian Hörl, der zu diesem Zeitpunkt bereits zwei Studios in Salzburg leitete. Er sollte das Management des Fitnessbereichs übernehmen und das Center, das nun vita Club hiess, zu neuer Blüte führen.

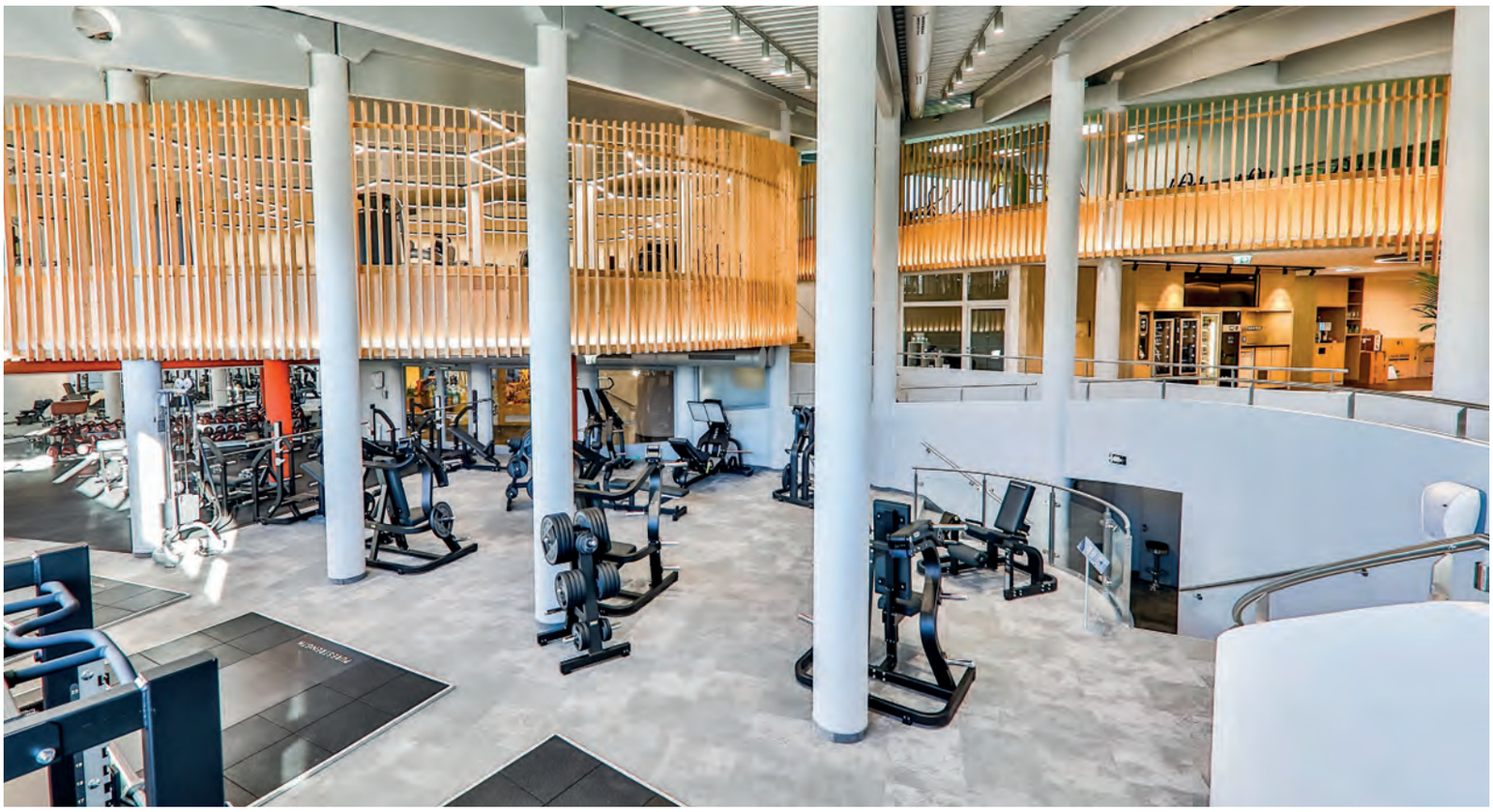
LOVE IS IN THE ... BUSINESS

Legen wir an dieser Stelle einen kurzen Stopp ein. Denn bis hierher war die Geschichte des Sportlands, das damals zwar schon den Namen vita Club trug, aber noch wenig mit dem heutigen MYGYM Prime zu tun hatte, verhältnismässig normal: Center wird erbaut und eröffnet, geht insolvent und wird von neuen Inhabern übernommen.

Was die Clubgeschichte aber bereits zu diesem Zeitpunkt so besonders machte, ist das, was ganz im Stillen, ganz nebenbei passierte – etwas, das man erst im Nachhinein als grossen Moment im Leben bezeichnen sollte: Conny und Christian trafen das erste Mal aufeinander.

Zunächst aber ohne nennenswerte Begebenheiten und eher wenig Kontakt, denn: Sie war zu diesem Zeitpunkt noch mit ihrem Studium beschäftigt und er natürlich mit der neuen Aufgabe, den Club am Mondsee „hochzuziehen". Erst ein Jahr nach Christians Einstieg in den vita Club kamen sie sich im Zuge einer Case Study von Conny näher, in der es um die Frage ging, ob der vita Club ein Schwimmbad brauchte. „An einem Sommerabend am Mondsee hat sich dann etwas angebahnt und aus der rein geschäftlichen Zusammenarbeit wurde eine Beziehung", so Conny. Eine Beziehung, die bis heute von Familienglück und grossen gemeinsamen beruflichen Erfolgen geprägt ist. Zum Bau des Schwimmbads kam es aber nie – nicht lohnenswert, wie Connys Studie ergab.

Das Vorhaben eines erfolgreichen Fitnessstudios wurde real. Um den Erfolg aber nachhaltig zu sichern, blieben die Hörls stets innovationsbereit: Der vita Club im Sportland und irgend- ▸



wann vita Club Mondsee wurde immer wieder umgebaut, vergrössert, weiterentwickelt. Die Unternehmerfamilie investierte in mehr Fitnessfläche und später sogar in eine Kletterhalle in Kooperation mit dem Alpenverein, auch die Tennishalle blieb ein wesentlicher Bestandteil. Das eröffnete dem Center ganz neue Zielgruppen, die mit speziellen Kombiangeboten von der Kletterwand bzw. dem Tennisplatz auch auf die Fitnessfläche gelockt wurden.

Während Corona fiel auch die grosse Entscheidung, das Restaurant, das von wechselnden Pächtern und letztlich auch von Familie Hörl selbst betrieben wurde, zugunsten weiterer Fitnessflächen zu schliessen. „Es war der Zeitpunkt da, sich vom Restaurant zu trennen. Trotz vieler Versuche, auch mit gesundem Essen, war klar, dass wir die Fläche viel besser im Fitnessbereich nutzen können." Mit dem Umbau musste nicht nur das Restaurant weichen, auch die gesamte Anlage bis auf den Saunabereich wurde grundsaniert.

DER SANIERUNG FOLGT DAS REBRANDING

Der vita Club Mondsee wurde durch diese umfassende Sanierung zum „Schmuckstück", wie es Conny nennt, der damals bereits national bekannten vita Club-Studiokette. Teilweise aufgrund der emotionalen Bindung der beiden Hörls zum Club und teilweise, weil er heute sozusagen der hauseigene Showroom für die ideale Verbindung von Fitnessgeräten und -software ist: alle Geräte, alle Systeme von EGYM, Matrix, seca und Sensopro gemeinsam mit der DSB Software optimal miteinander vernetzt.

Zeitgleich wollte das Unternehmer-Couple seine andere Franchisestudiomarke MYGYM, die für hochdigitalisiertes, modernes Training für jüngere Zielgruppen steht, stärken. Das führte aber zu einer Art „Brand-Fiasko": Neben den Centern der Marke MYGYM gab es bereits MYGYM Prime-Franchisenehmer, die sich durch mehr Qualität im Angebot auszeichneten, und immer noch die vita Clubs, die vom MYGYM Prime-Angebot eigentlich nicht mehr zu unterscheiden waren. Das stiess auf Unmut bei den Franchisenehmern – es musste wieder Markenklarheit herrschen.

Also entschlossen sich Conny und Christian dazu, alle renommierten vita Clubs inklusive ihrem „Schmuckstück" zu rebranden, zu MYGYM Prime. Ein grosser und teils auch gewagter Schritt für eine in der Weise etablierte Marke. Mit viel Vorlaufzeit und gutem Marketing gelang das Rebranding ohne Verlust von Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Bekanntheit.

AUSSTATTUNG, DIGITALISIERUNG UND TOPBETREUUNG – SCHLIESSEN SICH EIN, NICHT AUS

Wer ins MYGYM Prime Mondsee kommt, ist erst einmal fasziniert von der einzigartigen Architektur: „Diese Anlage, wie sie am Mondsee steht, würde man heute vermutlich gar nicht mehr bauen: ganz offen und lichtdurchflutet durch drei ineinander übergehende Ebenen und eine riesige Tennis- sowie eine enorme Wettkampfkletterhalle. Aber auch entsprechend problematisch im Hinblick auf die Klimatisierung." Den über 2000 Mitgliedern – der Ort hat gerade einmal 3000 Einwohnerinnen und Einwohner – scheint es zu gefallen. „Mein Vater

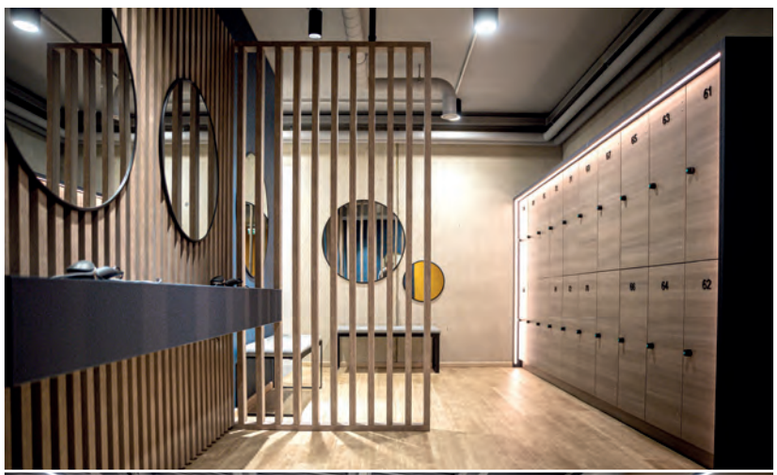
Fotos: ©MYGYM/wildbild



dachte damals, dass 300 bis 400 Mitglieder super wären. Da merkt man, dass wir nicht viel Ahnung vom Potenzial der Branche hatten (lacht)."

Ebenso modern ist die Architektur des Abos: Zusätzlich zum regulären Mitgliedsbeitrag können sich die Trainierenden ganz im Sinne ihrer eigenen Zielsetzung und Wünsche Module wie „My Kurse", „My Private Group" oder „My Shake" hinzubuchen. Das trägt auch dem hohen Anspruch der Klientel Rechnung: „Anders als man vielleicht erwarten würde, sind unsere Mitglieder durchaus gemischt und gar nicht versnobt. Sie sind im Schnitt auch nur bedingt älter als in unseren MYGYM Studios, weil wir am Mondsee fast keine Wettbewerber haben. Aber sie sind anspruchsvoll und legen Wert auf eine individuelle und umfassende Betreuung. Aber das ist klar: Wenn ich in ein Premiumstudio gehe, erwarte ich auch Premiumbetreuung."

Dass die Erwartungshaltung der Mitglieder tatsächlich stark vom Markenversprechen abhängt, haben Conny und Christian Hörl schon vor einigen Jahren mithilfe einer grossangelegten Mitgliederbefragung ermittelt: „In unseren MYGYMs arbeiteten wir schon damals ausschliesslich mit einem Concierge, der für die Belange der Mitglieder da ist – keine zusätzlichen, ablenkenden Tätigkeiten. Das fiel den Mitgliedern super positiv auf, sie fanden den Service grossartig, weil sie eigentlich nicht mit irgendeiner Form von Service gerechnet haben", sagt Conny, der man die Überraschung darüber immer noch anmerkt.





„In unseren MYGYM Prime Centern hingegen, in denen wir auch zu dieser Zeit bereits zahlreiche Mitarbeitende beschäftigten, waren die Mitglieder super schnell enttäuscht, wenn sie nur für einen kurzen Moment warten mussten, weil der Trainer z. B. für jemand anderes Kaffee kochen oder die Trainerin ans Telefon gehen musste. Aus diesem Grund setzen wir seit dieser Umfrage auch in den MYGYM Prime Studios auf Digitalisierung an den richtigen Stellen! Zum Beispiel gibt es die MYGYM Prime App: 85 Prozent unserer Mitglieder steuern ihr gesamtes Clubleben darüber. Dabei kommt ihnen auch unser KI-Coach, der als persönlicher Trainingsassistent fungiert, zugute. Für diese App haben wir übrigens im Juli 2026 den ÖGSV-App Award erhalten", berichtet Conny stolz.

Das Ziel: Die topqualifizierten Fachkräfte sollen sich wieder auf das Wesentliche konzentrieren: die Vor-Ort-Betreuung der Mitglieder. Denn ihre Kompetenz, ihre Empathie und ihre Persönlichkeit bilden die Brand MYGYM Prime Mondsee.

CROWDINVESTING – WACHSTUM UND MITGLIEDERBINDUNG IN EINEM

Dass die Hörls Fitness sowie die Fitnessbranche immer wieder neu denken, zeigt auch MYGYM Invest. Mitglieder der MYGYM und MYGYM Prime Fitnesscenter können in die MYGYM-Anleihe investieren und sozusagen ihr Geld für ihre Gesundheit arbeiten lassen. Wer möchte, erhält neun Prozent Zinsen in Form von Trainingsgutscheinen und kann je nach investiertem Kapital für einige Zeit kostenfrei trainieren. Oder sie nehmen 6,5 Prozent Geldzinsen.

In der letzten vollständigen Finanzierungsrunde kamen so über 600.000 EUR zusammen – eine Summe, die die Marke wirklich voranbringen wird. Und dieses Crowdinvesting (nicht zu verwechseln mit Crowdfunding) hat noch einen enormen Vorteil: „MYGYM Invest ist auch eine herausragende Möglichkeit zur Mitgliederbindung und zum Communitybuilding. Investiert man das eigene Geld in eine Marke, wird man davon im Freundes- und Bekanntenkreis nur Positives berichten und ordentlich die Werbetrommel rühren, man wird selbst zum Teil des Unternehmens. Und nimmt man dann noch den Trainingsgutschein, profitieren wir von einer ‚sicheren' Mitgliedschaft für einige Jahre", sagt die 52-Jährige.

Aber einfach umzusetzen ist dieses Modell nicht: „Es ist eine wunderbare Möglichkeit für Studios, an Kapital zu gelangen und Mitglieder teilhaben zu lassen. Aber die Kommunikation ist äusserst anspruchsvoll, jeder und jede muss ganz genau wissen, was Crowdinvesting bedeutet. Es ist durchaus auch eine rechtliche Herausforderung. Wenn aber die Rahmenbedingungen stimmen und detailliert abgeklärt sind, kann es durchaus in Zukunft bei einigen Centern Schule machen." ■



Fotos: ©MYGYM/wildbild

ÜBER DIE INHABERIN

Die gebürtige Münchenerin ist Unternehmerin, Investorin und Business Angel aus Leidenschaft. Gemeinsam mit ihrem Mann Christian führt sie die myvita Unternehmensgruppe mit Sitz in Salzburg, zu der die beiden Franchisestudioketten MYGYM und MYGYM Prime sowie DSB-One gehören. Sie engagiert sich ausserdem über die CK Venture Capital mit ihrer Schwester Katja für Gründerinnen mit Mut, Ideen und Potenzial.

www.conny-hoerl.at

ÜBER DAS STUDIO

Durch die innovative Innenarchitektur und langjährige Geschichte hat das MYGYM Prime Mondsee einen einzigartigen Charakter, der mehr als 2000 Trainierende begeistert. Natürlich überzeugt auch das überragende Angebot aus drei Fitness-Areas mit Cardio, Kraft und Functional, einem Kursraum sowie einem Wellnessbereich (dieser wird aktuell umfassend renoviert) und, wie es sich für Oberösterreich gehört, einer Outdoor-Area mit Bergblick! Das absolute Stand alone: Kletterhalle und Tennishalle sind ebenfalls Teil des riesigen MYGYM Prime Mondsee Areals.

www.mygym-prime.at/mygym-prime-mondsee



WKOÖ zeigt Branche im Wandel

Oberösterreichischer Fitnesstag

Der Oberösterreichische Fitnesstag der WKOÖ-Fachgruppe Freizeit- und Sportbetriebe widmete sich am 15. Juni in Linz den aktuellen Entwicklungen der Branche. Dabei verwies die Fachgruppe auf die um vier Prozent gestiegenen Studio- und Mitgliederzahlen in Österreich mit insgesamt rund 1,35 Millionen Trainierenden. Ein weiteres Thema war Longevity, also gesundes Altern. Die WKOÖ hob dabei die Rolle der Fitnessbetriebe hervor und verwies auf qualifizierte Betreuung, laufende Weiterbildung sowie Projekte wie #moveup, das Lehrlinge zu mehr Bewegung und mentaler Stärke motivieren soll.

Fotos: WKOÖ-Fachgruppe Freizeit- und Sportbetriebe | Jimmy Caruso.



TASCHEN veröffentlicht Bildband

Arnolds Leben in XL

Vom mittellosen Jungen im steirischen Thal zum Champion im Bodybuilding, Hollywoodstar und Gouverneur: Der Verlag TASCHEN widmet Arnold Schwarzenegger einen 4,73 Kilo schweren, über 500 Seiten starken Bildband. Herausgegeben von Dian Hanson bündelt die Neuauflage über 70 Jahre Lebensgeschichte. Neben seltenen Einblicken aus Schwarzeneggers Privatarchiv und Interviews mit Weggefährten wie Franco Columbu enthält das Buch Aufnahmen von Fotografiegrössen wie Annie Leibovitz, Andy Warhol und fM-Kolumnist Albert Busek. Ein visuelles Sammlerstück über den Inbegriff des amerikanischen Traums.

Anzeige





Aufstiegskongress 2026

Impulse für Führung und Zukunft

Text: Moritz Scheidel

Der Aufstiegskongress feiert am 9. und 10. Oktober 2026 Jubiläum: Zum 20. Mal bringt das Branchenevent Fach- und Führungskräfte der Fitness- und Gesundheitsbranche in Mannheim zusammen. Auf dem Programm stehen hochkarätige Keynote Speaker, praxisnahe Fachvorträge und zahlreiche Möglichkeiten zum fachlichen Austausch.

Mit dem Aufstiegskongress 2026 schaffen die DHfPG und die BSA-Akademie erneut einen zentralen Treffpunkt für Fach- und Führungskräfte, Unternehmerinnen und Unternehmer, Studierende sowie alle, die die Gesundheitsbranche aktiv prägen. Im m:con Congress Center Rosengarten in Mannheim erwartet die Teilnehmenden am 9. und 10. Oktober ein vielseitiges Programm mit aktuellen Themen, anwendungsnahen Vorträgen und zahlreichen Gelegenheiten zum Austausch.

Der Kongress hat sich seit Jahren als feste Grösse etabliert und bietet ideale Voraussetzungen, um Trends einzuordnen, Wissen zu vertiefen und Kontakte zu knüpfen. Ergänzt wird das Angebot durch Networking-Möglichkeiten, den direkten Dialog mit Expertinnen und Experten sowie eine exklusive Partner-Ausstellung. Zur 20. Ausgabe startet der Freitagabend mit einem gemeinsamen Buffet, bevor der Tag bei einer Jubiläumsparty mit DJ ausklingt.

Klare Positionierung als Wettbewerbsvorteil

Das Motto „IDENTITY: HUMAN. SMART. STRONG. – Insights to Impact" stellt die Bedeutung einer klaren Positionierung in den Mittelpunkt. In einem wettbewerbsintensiven Umfeld wird Identität zum entscheidenden Differenzierungsmerkmal. HUMAN steht für den Fokus auf den Menschen, SMART für den gezielten Einsatz von Wissen und Technologien, STRONG für Leistungsfähigkeit und nachhaltige Ergebnisse. „Insights

Fotos: DHfPG/BSA | pam | ©24passion

ZWEI TAGE VOLER INSPIRATION, WISSEN UND AUSTAUSCH

TOP SPEAKER AUS SPORT, WIRTSCHAFT UND LEADERSHIP

NETWORKING, PARTNER-AUSSTELLUNG UND JUBILÄUMSPARTY



to Impact" beschreibt den Anspruch, Erkenntnisse konsequent in die Praxis zu übertragen und so echten Mehrwert zu schaffen.

Inspiration durch starke Persönlichkeiten

Das Programm 2026 hält erneut inspirierende Persönlichkeiten parat: Leadership-Experte Boris Grundl zeigt, wie wirksame Führung und gelebte Verantwortung in der Praxis gelingen können. Niko Kappel, Paralympicssieger im Kugelstossen, gibt eindrucksvolle Einblicke in mentale Stärke und das Überwinden scheinbarer Grenzen. Unternehmer David Baumgartner nimmt die Teilnehmenden mit auf seine Reise vom Konzept zur erfolgreichen Marke „dean&david" und zeigt, wie klare Positionierung und konsequente Umsetzung zum Erfolg führen.

Ergänzt wird das Programm durch aktuelle Studien, etwa zum Konsumentenverhalten und zur „Generation Ü", die konkrete Ansatzpunkte für die Praxis liefern. Darüber hinaus sorgen zahlreiche praxisorientierte Fachvorträge aus den Bereichen Management, Training, Ernährung und Betriebliches Gesundheitsmanagement für direkt umsetzbare Impulse. Insgesamt entsteht so ein abwechslungsreiches Programm, das Inspiration, Wissen und Praxistransfer ideal miteinander verbindet. ■

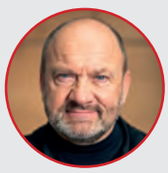
Keynotes



DAVID BAUMGARTNER

Gründer der Healthy-Food-Kette „dean&david", Serienunternehmer und Investor

Die „dean&david"-Story – aus einer Idee ein Unternehmen gründen und erfolgreich machen!



BORIS GRUNDL

Experte für Leadership & Mentale Transformation, Menschentwickler, Unternehmer

Leading simple – mit Lust auf Verantwortung sich selbst und andere erfolgreich zu führen



NIKO KAPPEL

Paralympicssieger und Weltmeister im Parakugelstossen

Wahre Größe wird nicht in Zentimeter gemessen – Grenzen gibt es nur im Kopf!

Tickets für den Aufstiegskongress gibt es noch bis zum 22. September 2026 zum Vorteilspreis von 79,– EUR.

Jetzt Tickets sichern!

AUFSTIEGSKONGRESS
FACHKONGRESS FÜR AKTIVE GESUNDHEITSGESTALTER
9. + 10. Oktober 2026 | MANNHEIM

Weitere Programmhighlights und Informationen gibt es unter **www.aufstiegskongress.de**

ECKDATEN

DER FITNESSWIRTSCHAFT DACH

IDSSV
Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen

swiss active
swiss olympic Member

Eckdatenstudie für Schweiz, Österreich und Deutschland

DACH-Region: Wie entwickeln sich die Fitnessmärkte?

Die „Eckdaten der Fitnesswirtschaft DACH 2026“ liefern zentrale Kennzahlen zur Fitness- und Gesundheitsbranche in der Schweiz, Österreich und Deutschland. Sie geben wichtige Einblicke in Marktentwicklungen und länderspezifische Besonderheiten und beleuchten die Bedeutung der Branche für Prävention und Gesundheitsförderung.



Foto: Flamingo Images – stock.adobe.com



Jetzt downloaden:
Die exklusive DACH-Marktanalyse 2026 für die Fitness- und Gesundheitsbranche.



Die Fitness- und Gesundheitsbranche in der Schweiz, Österreich und Deutschland steht vor der Aufgabe, ihre Gesundheitskompetenz sichtbar zu machen, neue Zielgruppen zu erschliessen und den steigenden Anforderungen an Qualität und Betreuung gerecht zu werden. Wie sich diese Anforderungen in der Marktentwicklung widerspiegeln, zeigen die aktuellen „Eckdaten der Fitnesswirtschaft DACH 2026".

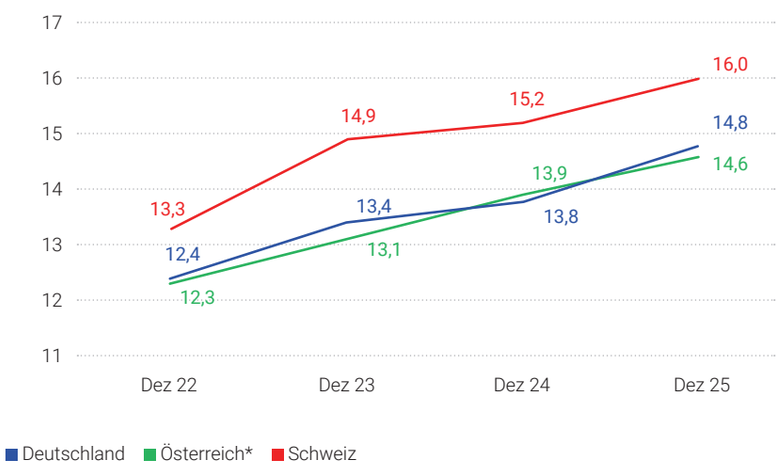
Jüngere Generation auf dem Vormarsch

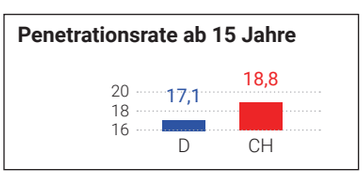
Erneut können alle drei Ländermärkte von einer steigenden Marktdurchdringung profitieren (DHfPG, 2026; DSSV, 2026; swiss active, 2026) (vgl. Abb. 1).

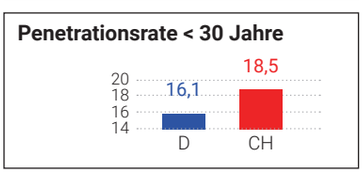
Mit Blick auf die Penetrationsrate bleibt die Schweiz Spitzenreiter im Ländervergleich. Setzt man die Mitgliederzahlen ins Verhältnis zur Gesamtbevölkerung, besitzen 16,0 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer eine Mitgliedschaft in einem Fitnesscenter. Hier trägt das Modell der finanziellen Bezuschussung von Mitgliedsbeiträgen in zertifizierten Studios mit dazu bei, dass die Schweizer Fitnessbranche ihre Spitzenposition behaupten kann (swiss active, 2026).

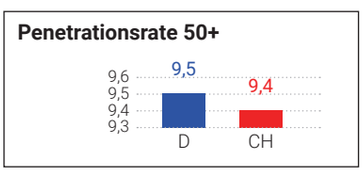
> ***Die Schweizer Fitness- und Gesundheitsbranche profitiert vom wachsenden gesellschaftlichen Stellenwert von Gesundheit und Prävention.***
>
> *Marcus Schwedhelm – Präsident swiss active*

Abb. 1: Penetrationsrate Gesamtbevölkerung









* Daten für Österreich für das Betrachtungsjahr 2025 nur eingeschränkt verfügbar

Abb. 2: Mitgliederentwicklung Deutschland (2022–2025, in Tsd.)

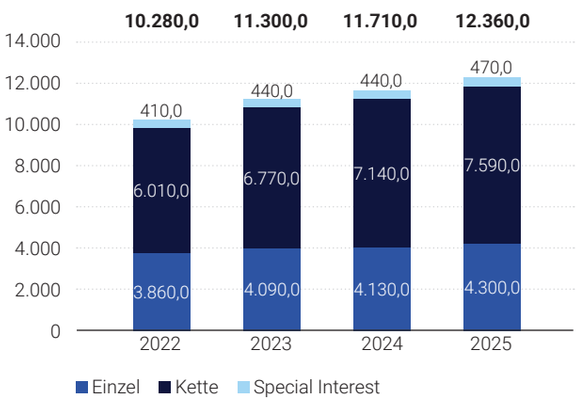
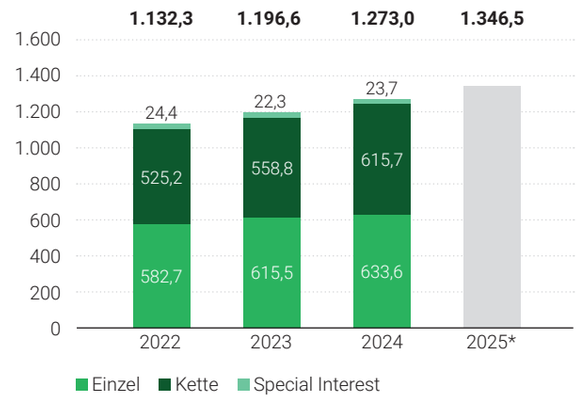
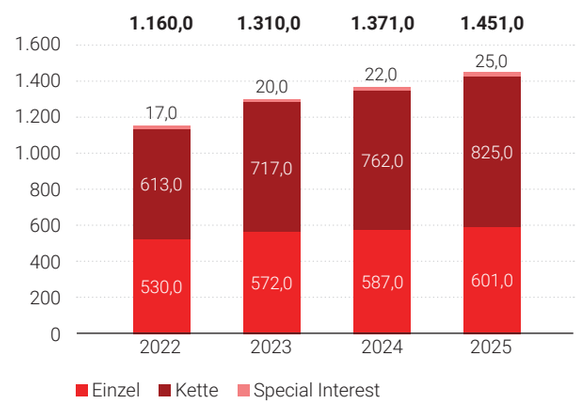


Abb. 3: Mitgliederentwicklung Österreich (2022–2025, in Tsd.)



* Segmentdaten für 2025 in Österreich nicht verfügbar

Abb. 4: Mitgliederentwicklung Schweiz (2022–2025, in Tsd.)



Mit etwas Abstand zur Schweiz liegen Deutschland und Österreich bei einer Penetrationsrate von 14,8 bzw. 14,6 Prozent (DHfPG, 2026; DSSV, 2026). Eine besonders hohe Marktdurchdringung kann die Schweiz bei den unter 30-Jährigen erzielen. In dieser Altersgruppe liegt die Penetrationsrate mit 18,5 Prozent ebenfalls über dem deutschen Wert von 16,1 Prozent. Bei den Personen 50 plus zeigen sich dagegen kaum Unterschiede zwischen beiden Märkten. Die hohe Penetrationsrate der unter 30-Jährigen verdeutlicht die wachsende Relevanz jüngerer Zielgruppen für die Fitness- und Gesundheitsbranche. Gesundheit, körperliche Leistungsfähigkeit und mentale Stabilität gewinnen insbesondere für junge Menschen zunehmend an Bedeutung und werden immer stärker Teil der individuellen Identität und Lebensführung. Die hohe Marktdurchdringung dieser Altersgruppe spiegelt diese Entwicklung deutlich wider.

Anlagenbestand wächst in allen Märkten

Auch im Bereich der Anlagenentwicklung können die Ländermärkte allesamt zulegen. In der Schweiz steigt die Zahl der Anlagen um netto 46 Anlagen (+3,3 Prozent), während Österreich einen Zuwachs von 58 Standorte netto (+4,3 Prozent) registriert. Auch in Deutschland wächst die Zahl der Betriebsstätten das zweite Jahr in Folge und legt im Betrachtungsjahr 2025 netto 520 Anlagen zu (+5,7 Prozent), nachdem im Jahr 2023 ein leichter Rückgang zu verzeichnen war.

Damit erweitert sich die Angebotsbasis in allen drei Ländermärkten, wobei Deutschland im Betrachtungsjahr 2025 sowohl absolut als auch prozentual die stärkste Dynamik zeigt (DHfPG, 2026; DSSV, 2026; swiss active, 2026).

Mitgliederzahlen erreichen neue Höchststände

Die steigende Marktdurchdringung in allen drei Ländermärkten ist massgeblich auf das anhaltende Wachstum der Mitgliederzahlen zurückzuführen. Nachdem bereits im Vorjahr neue Höchststände erreicht wurden, steigt die Zahl der Mitglieder in der DACH-Region auch im Betrachtungsjahr 2025 weiter an.

> ***Auch der diesjährige Branchenüberblick zeigt die dynamische Entwicklung der österreichischen Fitnesswirtschaft.***
>
> *Christian Hörl – Branchensprecher Fitness aus Österreich*

Die Schweiz zählt zum Stichtag 31. Dezember 2025 insgesamt 1,45 Millionen Mitglieder und erreicht damit einen neuen Höchststand (+5,8 %). In Österreich wächst die Mitgliederzahl um 73.500 auf 1,35 Millionen Mitglieder (+5,8 %). Deutschland zählt zum Stichtag 31. Dezember 2025 insgesamt 12,36 Millionen Mitglieder und verzeichnet damit einen Zuwachs von 650.000 Trainierenden beziehungsweise 5,6 Prozent gegenüber

dem Vorjahr (DSSV, 2026). Die aktuellen Mitgliederzahlen verdeutlichen, dass Fitness- und Gesundheitstraining in allen drei Ländern weiter an gesellschaftlicher Reichweite gewinnt (DHfPG, 2026; DSSV, 2026; swiss active, 2026) (vgl. Abb. 2 bis 4).

Umsatzentwicklung weiter positiv

Auch die monetären Kennzahlen bestätigen den Wachstumskurs der DACH-Märkte. Die Schweizer Fitnessbranche erzielt einen Umsatz von 1,36 Milliarden CHF netto, was einem Wachstum von 4,4 Prozent entspricht (swiss active, 2026). Österreich steigert seinen Branchenumsatz um 6,6 Prozent auf netto 697,9 Millionen EUR (DHfPG, 2026). In Deutschland erwirtschaftete die Fitness- und Gesundheitsbranche im Betrachtungsjahr 2025 einen Nettoumsatz von 6,25 Milliarden EUR und übertrifft damit den Vorjahreswert um 7,4 Prozent (DSSV, 2026). Damit verzeichnen alle drei Ländermärkte erneut steigende Umsätze und unterstreichen die wirtschaftliche Stabilität der Branche.

Die Gesamtmarktentwicklung zeigt, dass das Wachstum der Branche nicht allein an steigenden Mitgliederzahlen sichtbar wird. Auch die wachsende Angebotsbasis, die positive Umsatzentwicklung und der steigende durchschnittliche Umsatz pro Anlage verdeutlichen, dass sich die Fitness- und Gesundheitsbranche in allen drei Ländern auf mehreren Ebenen dynamisch entwickelt. Damit gewinnt auch die klare Positionierung der Anbieter weiter an Bedeutung, um Leistungsangebot, Betreuungsqualität und Preisgestaltung nachvollziehbar miteinander zu verbinden (Marx & Kobel, 2025).

Gemeinsame Entwicklungen in der DACH-Region

Trotz unterschiedlicher Marktstrukturen zeigen die drei Ländermärkte bemerkenswerte Gemeinsamkeiten. Sowohl die Mitgliederzahlen als auch die Penetrationsraten erreichen neue Höchststände. Gleichzeitig wächst die Zahl der Betriebsstätten in allen drei Ländern. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Fitness- und Gesundheitstraining zunehmend in der Mitte der Gesellschaft angekommen ist.

> ***Die Studie zeigt uns die Stärken der drei Ländermärkte. Wenn wir diese Stärken zusammendenken, entsteht eine gemeinsame Richtung für die Branche.***
>
> *Prof. Dr. Sarah Kobel – Leiterin Wissenschaft und Forschung DHfPG*

Auch die Einschätzung der wirtschaftlichen Situation fällt in allen drei Ländern überwiegend positiv aus. Die Mehrheit der Betreiber bewertet die aktuelle wirtschaftliche Lage als eher gut oder gut. Gleichzeitig blickt die Branche optimistisch auf das Jahr 2026. In der Schweiz rechnen 79,3 Prozent mit einer weiteren Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Situation, in Österreich sind es 83,8 Prozent und in Deutschland 64,6 Prozent (DHfPG, 2026; DSSV, 2026; swiss active, 2026). Die positive Stimmung in allen drei Märkten unterstreicht das Vertrauen der Betreiber in die Zukunftsfähigkeit der Branche und schafft eine solide Grundlage für weiteres Wachstum in der DACH-Region.

Fazit: Wachstum in allen drei Märkten

Die Eckdaten 2026 zeigen eine Fitness- und Gesundheitsbranche, die sich in allen drei DACH-Märkten positiv entwickelt. Steigende Mitgliederzahlen, wachsende Penetrationsraten, zusätzliche Betriebsstätten und höhere Umsätze verdeutlichen die anhaltend hohe Nachfrage nach Fitness- und Gesundheitsangeboten. Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass die Fitness- und Gesundheitsbranche ihre Rolle als relevanter Akteur für Prävention, Gesundheitsförderung und Gesunderhaltung weiter festigt. Die parallelen Entwicklungen in Deutschland, Österreich und der Schweiz unterstreichen zugleich, dass die Branche in der gesamten DACH-Region weiter an gesellschaftlicher Bedeutung gewinnt.

Zur Methodik

Während die Daten für die Schweiz und Deutschland auf umfassenden Markterhebungen basieren, wurden die zentralen Branchenkennzahlen für den österreichischen Markt im Betrachtungsjahr 2025 auf Initiative von Christian Hörl, Unternehmer, Branchensprecher und Experte für Fitnessmärkte im DACH-Raum, im Rahmen einer Kurzumfrage erhoben, die in Kooperation mit der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) durchgeführt wurde. Daher sind für Österreich im Betrachtungsjahr 2025 keine Segmentdaten verfügbar. Für das Betrachtungsjahr 2026 ist auch in Österreich wieder die Durchführung einer umfassenden Eckdatenstudie vorgesehen. Darüber hinaus wurde in Deutschland die Erhebungsmethodik erweitert, wodurch sich die Datengrundlage und Marktabdeckung weiter verbessert haben. Die Ergebnisse spiegeln somit sowohl die tatsächliche Marktentwicklung als auch teilweise die erweiterte Datenbasis wider, was bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen ist (DSSV, 2026). ■



Alexander Küstner
Der Fitnessökonom ist Mitarbeiter der Abteilung Wissenschaft & Forschung an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) und verfügt über langjährige Erfahrung im Fitness- und Gesundheitssektor, unter anderem als Trainer, Studioleiter und Geschäftsführer. In seiner aktuellen Position beschäftigt er sich insbesondere mit Markt- und Konsumentenverhaltensforschung in der Fitness- und Gesundheitsbranche.

Literaturliste

Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) (Hrsg.). (2026). Branchenüberblick: Fitnesswirtschaft Österreich. Saarbrücken: Hrsg.

DSSV e. V. – Arbeitgeberverband deutscher Fitness und Gesundheits-Anlagen (Hrsg.). (2026). Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft 2026. Hamburg: Hrsg.

Marx, J. & Kobel, S. (2025). Das Image der Fitnessbranche. Hamburg: DSSV – Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen e. V.

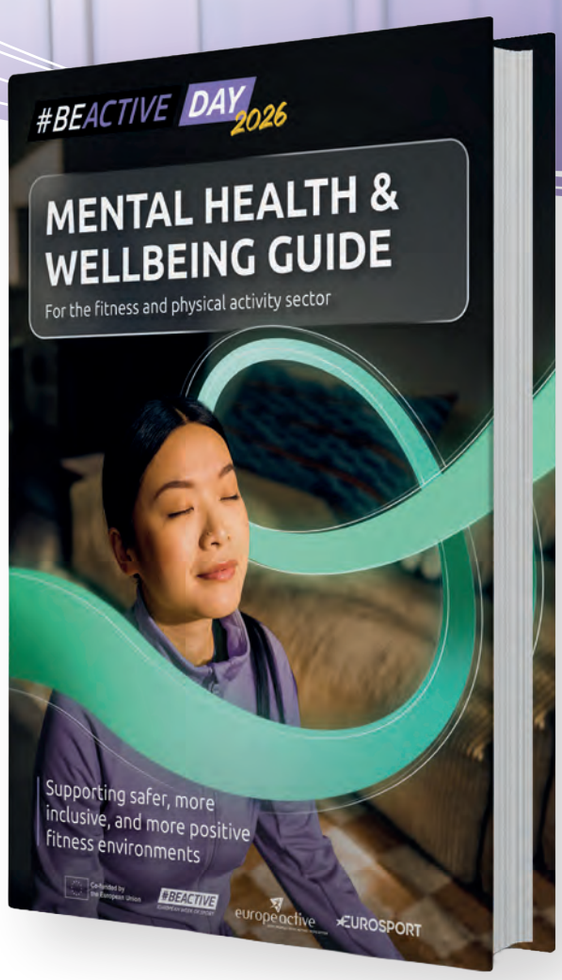
swiss active (Hrsg.). (2026). Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2026. Zürich: Hrsg.

Foto: DHfPG/BSA

Tausende kostenlose Aktivitäten in ganz Europa

#BEACTIVE DAY 2026

Die Ausgabe 2026 des *#BEACTIVE DAY* wurde am 6. Mai im Rahmen der Europäischen Woche der psychischen Gesundheit offiziell eröffnet und läutete damit ein weiteres Jahr voller Aktionen ein, um mehr Menschen in ganz Europa zu regelmässiger körperlicher Aktivität und einem aktiven Lebensstil zu inspirieren.



Der von EuropeActive koordinierte ***#BEACTIVE DAY*** ist eine europaweite Kampagne, die Menschen jeden Alters und jeder Leistungsstufe dazu ermutigt, während der Europäischen Woche des Sports an kostenlosen und inklusiven Sportveranstaltungen teilzunehmen. Das Projekt ***#BEACTIVE DAY* 2026** wird vom Erasmus+-Programm der Europäischen Union kofinanziert und in Zusammenarbeit mit Projektpartnern aus Belgien, Griechenland, Lettland, Nordmazedonien, Serbien, Spanien und Schweden umgesetzt. Gemeinsam mit anderen nationalen Verbänden von EuropeActive, die an der Kampagne teilnehmen, werden sie Tausende von Fitnessclubs, gemeinnützigen Organisationen, Schulen, Arbeitsstätten, Behörden und Sportanbietern mobilisieren, um im Vorfeld und rund um den 23. September Aktivitäten anzubieten und damit einen direkten Beitrag zur Europäischen Woche des Sports der Europäischen Kommission zu leisten.

Fotos: FB \ Suport Ukraine – stock.adobe.com | EuropeActive

PDF

Weitere Informationen wie auch der kostenlose Leitfaden stehen auf der Website von EuropeActive zum Download bereit.

Kompetenzaufbau durch praktische Ressourcen

Während der Webinar-Auftaktveranstaltung am 6. Mai wurden den Teilnehmern die überarbeitete visuelle Identität der Kampagne sowie das Kommunikations-Toolkit vorgestellt, das den Organisatoren die notwendigen Ressourcen zur Verfügung stellt, um mit den Vorbereitungen für ihre nationalen und lokalen Aktivitäten zu beginnen. Den Organisatoren steht eine Vielzahl an Kampagnenmaterialien zur Verfügung, darunter Werbemittel, Kommunikationsressourcen und das offizielle Kampagnenvideo, das über den YouTube-Kanal von EuropeActive verfügbar ist.

Seit 2022 unterstützt die Kampagne Veranstalter durch eine Reihe kostenloser Leitfäden zur Inklusion, die Anbietern von Fitness- und Bewegungsangeboten dabei helfen sollen, einladende, barrierefreie und inklusive Umgebungen zu schaffen. Frühere Ausgaben befassten sich mit zentralen gesellschaftlichen Prioritäten, darunter die Einbeziehung von Frauen und Mädchen, die generationsübergreifende Teilhabe, Barrierefreiheit für Menschen mit Behinderungen, ökologische Nachhaltigkeit sowie gesundheitsfördernde körperliche Aktivität (HEPA) mit Schwerpunkt auf Menschen, die mit nichtübertragbaren Krankheiten leben. Die Leitfäden sind in mehreren Sprachen auf der Website von EuropeActive verfügbar.

Im Jahr 2026 wird diese Reihe mit einem neuen Leitfaden zu psychischer Gesundheit und Wohlbefinden fortgesetzt, der im Rahmen des Webinars vorgestellt wurde und in Kürze in mehreren Sprachen verfügbar sein wird, um Kampagnenorganisatoren und Fitnessexperten in ganz Europa zu unterstützen.

Leitfaden zu psychischer Gesundheit und Wohlbefinden

Einer der Höhepunkte des Webinars war der Vortrag von Dr. Richard Bailey zum Kampagnenthema für 2026, in dem er den Zusammenhang zwischen körperlicher Aktivität und psychischer Gesundheit beleuchtete und dabei insbesondere darauf einging, wie die Fitness- und Bewegungsbranche zum Wohlbefinden junger Menschen beitragen kann.

In seinem Vortrag hob er eine wachsende Zahl von Belegen hervor, die zeigen, dass regelmässige körperliche Aktivität die psychische Gesundheit verbessern kann, indem sie Symptome von Angstzuständen und Depressionen lindert, die Schlafqualität und kognitive Funktionen verbessert, die emotionale Belastbarkeit stärkt und sinnvolle soziale Beziehungen fördert. Diese Vorteile sind besonders wichtig, da jeder Sechste in Europa unter einer psychischen Erkrankung leidet und psychische Probleme nach wie vor zu den Hauptursachen

> ***Regelmässige körperliche Aktivität kann die psychische Gesundheit stärken, soziale Beziehungen fördern und das allgemeine Wohlbefinden nachhaltig verbessern.***

für ein vermindertes Wohlbefinden und eine verminderte Lebensqualität zählen, insbesondere bei jüngeren Generationen.

Dr. Bailey betonte ausserdem, dass die positiven Auswirkungen körperlicher Aktivität dann am grössten sind, wenn die Teilnahme in einem Umfeld stattfindet, das inklusiv, unterstützend und psychologisch sicher gestaltet ist.

Um Organisationen bei der Schaffung solcher Umgebungen zu begleiten, wurde der neue Leitfaden zur psychischen Gesundheit und Wohlbefinden von Dr. Bailey und seinem Team entwickelt. Der Leitfaden enthält praktische, evidenzbasierte Empfehlungen, die Anbieter von Fitness- und Bewegungsangeboten dabei befähigen sollen, zu verstehen, wie Alltagsumgebungen, Organisationskultur und Programmgestaltung das psychische Wohlbefinden beeinflussen können. Er untersucht, wie Fitnessumgebungen das Wohlbefinden prägen, beleuchtet sowohl die Vorteile als auch die potenziellen Risiken, die mit der Teilnahme an körperlicher Aktivität verbunden sind, und bietet konkrete Anleitungen für die Arbeit mit Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Letztlich zielt der Leitfaden darauf ab, der Branche dabei zu helfen, sicherere, inklusivere und bedarfsgerechtere Umgebungen zu schaffen, die die psychische Gesundheit und das Wohlbefinden aller fördern.

Wie geht es weiter?

Im Anschluss an den europaweiten Start organisieren die Projektpartner und die nationalen Verbände in allen teilnehmenden Ländern Veranstaltungen zum Start der nationalen Kampagnen, um die Öffentlichkeit zu sensibilisieren, lokale Organisatoren zu gewinnen und die nationalen Verbände als zentrale Anlaufstellen für die Kampagne zu etablieren.

Der ***#BEACTIVE DAY*** steht allen offen. Von Universitäten und Gemeindezentren bis hin zu Fitnesscentern, Outdoorsportanlagen und Personal Trainern – jede Organisation und jede Einzelperson kann sich beteiligen, indem sie eine kostenlose und inklusive Aktivität organisiert. Als Veranstalter werden Sie Teil einer europaweiten Kampagne, die körperliche Aktivität als wirksames Mittel für psychische Gesundheit, Wohlbefinden und soziale Verbundenheit fördert. ■

Organisationen und Einzelpersonen, die daran interessiert sind, Teil der ***#BEACTIVE DAY***-Kampagne zu werden und das Kampagnen-Toolkit zu erhalten, sind eingeladen, sich an Anna Harvan, Kampagnenmanagerin bei EuropeActive, zu wenden.

www.beactiveday.eu | www.europeactive.eu



Vom 23. bis 30. September

Europäische Woche des Sports

Im Rahmen der Initiative „United let's move." öffnen vom 23. bis 30. September 2026 mehr als 9.500 Fitnessstudios in Deutschland und Österreich ihre Türen für kostenfreies Training. Die Aktion findet im Rahmen der Europäischen Woche des Sports statt und richtet sich an Personen, die noch kein Mitglied eines teilnehmenden Studios sind. Über den Studio-Finder können Interessierte ganz einfach das bevorzugte Gym auswählen. An der Initiative beteiligen sich mehr als 17 Marken, darunter McFIT, Fitness First, FitX, Kieser und Gold's Gym. Die Teilnahme ist kostenlos und mit keinem Vertragsabschluss verbunden.

www.unitedletsmove.org



Führungswechsel bei RSG Group USA

Brad Reynolds ist alleiniger CEO

Brad Reynolds ist seit Mitte Juli 2026 alleiniger CEO der RSG Group USA und von Gold's Gym. Der bisherige Co-CEO übernimmt die strategische Führung sowie die internationale Ausrichtung der Marke. Danny Waggoner hat die Rolle des Chief Operating Officer (COO) übernommen und ist für das operative Geschäft, die Standortentwicklung und die Umsetzung der Wachstumsstrategie zuständig. Nach der Standorteröffnung in Austin (Texas) ist für 2026 ein weiteres Flagship-Studio im Grossraum Dallas geplant. Dieser Standort soll als Test- und Innovationszentrum für neue Trainingskonzepte und modernes Equipment dienen.

Fotos: Peopleimages / Shutterstock | RSG Group USA | wellyou Holding GmbH | Les Mills Germany



Basic-Fit übernimmt 41 wellyou-Studios

Expansion in Norddeutschland

Basic-Fit übernimmt für 52 Millionen Euro den deutschen Fitnessanbieter wellyou mit 41 Studios und rund 110'000 Mitgliedern. Damit wächst die Zahl der Basic-Fit-Clubs in Deutschland von 74 auf 115. Nach der für das dritte Quartal 2026 erwarteten behördlichen Genehmigung sollen alle Studios von wellyou in Basic-Fit umbenannt werden. Die Übernahme stärkt vor allem die Präsenz in Norddeutschland. Sie ist Teil einer Wachstumsstrategie aus eigenen Neueröffnungen, Akquisitionen und Franchising. Langfristig strebt Basic-Fit rund 200 Clubs im deutschen Markt an.

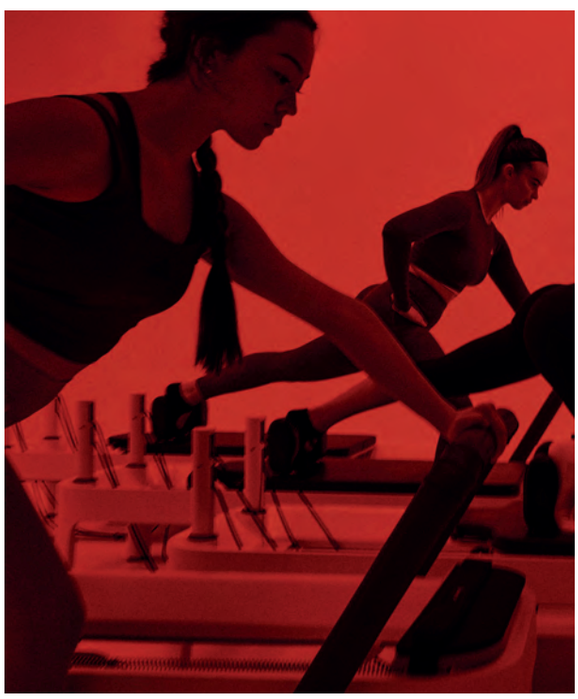
www.basic-fit.com | www.wellyou.eu

VERANSTALTUNGEN

EVENTS

08.09. – 10.09.2026	FIBO Arabia, Riad, Saudi-Arabien
17.09. – 18.09.2026	Fithera, Offenbach, Deutschland
24.09. – 26.09.2026	HFA European Congress, London, England
09.10. – 10.10.2026	Aufstiegskongress, Mannheim, Deutschland
20.10. – 23.10.2026	DSSV-Event 2026, Málaga, Spanien





Les Mills bringt neues Gruppentraining

Reformer-Pilates mit Musik

Mit LES MILLS REFORMER™ erweitert Les Mills sein Portfolio um ein musikgestütztes Gruppen-Pilates auf dem Reformer. Das vorchoreografierte Trainingskonzept kombiniert laut Les Mills gelenkschonende Übungen zur Verbesserung von Haltung, Stabilität und Beweglichkeit mit festen Bewegungsabläufen. Während der Einheit werden die Teilnehmenden von Instruktorinnen und Instruktoren angeleitet, um eine sichere und kontrollierte Bewegungsausführung zu gewährleisten. Das Konzept lässt sich in bestehende Kurspläne integrieren und richtet sich an Fitnesscenter, die ihr Angebot um Reformer-Pilates erweitern möchten. Laut Unternehmensangaben können Fitnesscenter damit neue Zielgruppen erreichen, ihr Kursangebot ausbauen und zusätzliche Erlösmodelle erschliessen.

www.lesmills.com



Die Stoss-Richtung

Die Marke bleibt – auch nach dem ersten Eindruck

Branding beginnt nicht beim Logo oder einer schicken Farbpalette, sondern beim Menschen. Ein modernes Studio allein macht noch keine starke Marke. Entscheidend ist, was unsere Kunden erleben – Tag für Tag. Warum Vertrauen der wichtigste Baustein erfolgreicher Fitnessunternehmen ist.

Liebe Leserinnen und Leser,

in unserer Branche wird viel über Sichtbarkeit gesprochen. Über Logos, Farben, Social-Media-Kampagnen, Studiodesign und wie man Aufmerksamkeit gewinnt. Das ist verständlich. Denn wer nicht wahrgenommen wird, findet nicht statt. Doch eine Marke entsteht nicht in dem Moment, in dem jemand ihren Instagram-Post sieht, ihre Website besucht oder zum ersten Mal durch die Eingangstür ihres Centers kommt.

Eine Marke entsteht danach. Sie entsteht montagmorgens um sieben Uhr, wenn der Empfang trotzdem aufmerksam ist. Sie beweist sich am Monatsende, wenn Verkaufsdruck nicht die ehrliche Beratung ersetzt. Sie zeigt sich im Umgang mit Fehlern. Und sie entscheidet sich dann, wenn niemand zuschaut.

Genau hier beginnt Branding in seiner eigentlichen Bedeutung. Nicht als schöne Verpackung, sondern als gelebte Glaubwürdigkeit. Denn eine Marke ist das ungefilterte, ehrliche Bauchgefühl, das ein Mensch nach dem Besuch Ihres Fitnesscenters mitnimmt.

Ein Logo trainiert keine Kunden

Natürlich braucht ein Fitnesscenter einen professionellen Auftritt. Ein gutes Erscheinungsbild schafft Orientierung und macht Qualität sichtbar. Aber es ersetzt keine Substanz.

Ein Logo korrigiert keine falsche Übungsausführung. Eine Kampagne nimmt niemandem die Unsicherheit. Ein Claim motiviert niemanden dauerhaft. Und ein hochwertiges Interieur verliert schnell an Wirkung, wenn die Atmosphäre beliebig

Fotos: Drazen – stock.adobe.com | René Stoss

oder unpersönlich ist. Die entscheidende Frage lautet deshalb nicht: Wie sieht unsere Marke aus? Sondern: Wie fühlt sie sich für unsere Kunden an?

Wer diese Frage ehrlich beantwortet, kommt sehr schnell vom Marketing zur Führung. Denn eine Marke wird nicht nur von der Geschäftsleitung definiert. Sie wird von jedem einzelnen Mitarbeitenden mitgetragen – oder beschädigt. Jeden Tag. In jedem Kontakt.

Vertrauen ist kein Zufallsprodukt

Vertrauen entsteht nicht durch grosse Versprechen, sondern durch Verlässlichkeit. Menschen vertrauen einem Fitnesscenter, wenn Aussagen stimmen und sie spüren, dass ihr Ziel wichtiger ist als der schnelle Abschluss.

Aber viele Unternehmen investieren viel Energie in die Gewinnung neuer Mitglieder und zu wenig in die tägliche Bestätigung ihrer Versprechen. Wer das aus Kundensicht schafft, baut mehr auf als Zufriedenheit. Er baut Vertrauen auf. Und Vertrauen ist in einer Branche, in der Nähe, Gesundheit und persönliche Ziele eine zentrale Rolle spielen, ein enormer Wert.

Positionierung braucht Mut

Viele Fitnessanbieter möchten möglichst niemanden ausschliessen. Sie wollen für alle da sein: für Junge und Ältere, für Gesundheitskunden und Leistungsorientierte, für Preisbewusste und Premiumkunden. Das ist nachvollziehbar, aber gefährlich. Denn wer für alle alles sein will, wird schnell austauschbar. Eine starke Marke braucht Klarheit. Wofür stehen Sie? Für wen sind Sie besonders relevant? Was machen Sie bewusst anders? Und worauf verzichten Sie?

Gerade der Verzicht ist ein unterschätzter Teil von Branding. Nicht jedes neue Angebot passt zur eigenen Identität. Nicht jeder Trend stärkt die Marke. Nicht jede Kooperation zahlt auf das eigene Profil ein. Manchmal ist ein klares Nein wertvoller als ein schnelles Ja.

Markenführung bedeutet deshalb auch Disziplin. Sie verlangt, dass man nicht jeder Bewegung im Markt hinterherrennt, sondern den eigenen Kurs kennt.

Starke Marken halten aus, dass nicht jeder sie wählt. Sie müssen nicht jedem gefallen. Aber sie müssen für diejenigen, die sie ansprechen, verlässlich sein. Sie müssen Orientierung geben. Sie müssen ein Gefühl von Sicherheit schaffen.

Die Marke beginnt im Team

Kunden erleben eine Marke selten abstrakt. Sie erleben Menschen. Trainer, Berater, Empfangsmitarbeitende, Führungskräfte. Sie sind es, die Unternehmenswerte in eine spürbare, menschliche Erfahrung übersetzen. Deshalb beginnt Markenarbeit intern.

Nur wenn die Trainer die Werte des Fitnesscenters tief verinnerlicht haben, kann der Funke auch auf die Mitglieder überspringen. Wenn Mitarbeitende nur Abläufe kennen, aber keinen Sinn dahinter, bleibt Service mechanisch. Wenn Führung keine Orientierung gibt, entsteht Zufall. Ein starkes Studio braucht deshalb mehr als Prozesse. Es braucht ein gemeinsames Verständnis. Eine Sprache. Eine Richtung. Einen klaren Qualitätsanspruch. Das ist Markenarbeit!

Kultur kann man nicht kopieren

Konzepte kann man nachahmen. Geräte kaufen. Designs adaptieren. Preise unterbieten. Aber eine echte Unternehmenskultur lässt sich nicht kopieren. Sie entsteht über Zeit. Durch Führung. Durch Vorbild. Durch Entscheidungen, die auch dann gelten, wenn es unbequem wird.

Genau deshalb ist Kultur der stärkste Schutz vor Austauschbarkeit. Wenn Kunden spüren, dass ein Studio eine klare Haltung hat, entsteht Bindung. Das gilt für Einzelstudios ebenso wie für Ketten oder Franchisesysteme. Wachstum darf nie bedeuten, dass die Seele verloren geht.

Die Verantwortung der Unternehmer

Branding ist deshalb keine Aufgabe, die man vollständig an eine Agentur delegieren kann. Eine Agentur kann sichtbar machen, was ein Unternehmen ist. Sie kann schärfen, gestalten und kommunizieren. Aber sie kann nicht ersetzen, was im Inneren fehlt.

Die Verantwortung liegt bei den Unternehmerinnen und Unternehmern selbst. Sie entscheiden, ob Werte gelebt werden, Mitarbeitende Orientierung erhalten und Qualität konsequent eingefordert wird. Sie entscheiden, ob die Marke langfristig geführt oder nur kurzfristig beworben wird. Eine Marke ist kein Projekt mit Abschlussdatum. Sie ist ein täglicher Führungsauftrag.

Am Ende zählt das Versprechen

Vielleicht sollten wir Branding weniger als Marketingthema und stärker als Qualitätsfrage verstehen. Denn starke Marken kommunizieren nicht lauter als andere – sie halten ihre Versprechen konsequenter ein. Wer seine Marke ernst nimmt, schafft Orientierung, Vertrauen und Stolz im Team. Diese emotionale Bindung schafft eine betriebswirtschaftliche Resilienz, die sich durch Rabatte nicht kopieren lässt. Der langfristige Erfolg entscheidet sich nicht am Point of Sale, sondern am Point of Trust.

Am Ende bleibt nicht die schönste Kampagne in Erinnerung, sondern das Gefühl, gut aufgehoben zu sein. ■



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!"

Kommen Sie aus Ihrer Komfortzone

Warum mehr Mut gut tut

In der letzten Ausgabe wurde erklärt, dass Angst für das eigene Überleben elementar ist. Jeder Mensch kennt Angst und das ist gut so.Wer keine Angst hat, der lebt nicht lang. Aber auch zu viel Angst ist schlecht im Leben. Genau dasselbe Prinzip gilt beim Fitnesstraining: Kein Training oder zu viel Training ist schlecht für uns.



Abb. 1: Komfortzone



Abb. 2: Mut-Muskel

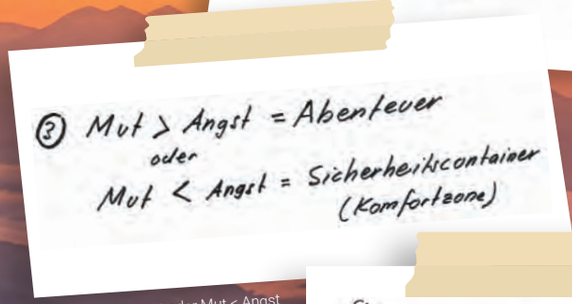


Abb. 3: Mut > Angst oder Mut < Angst

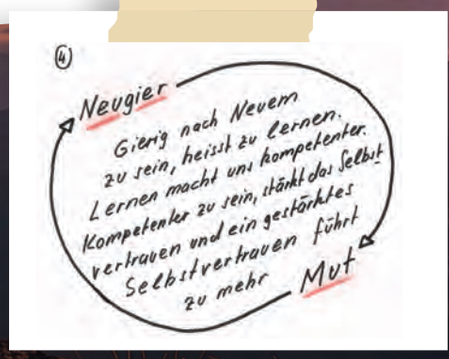


Abb. 4: Neugier

Fotos/Grafiken: Arthichada, VectorVista Studio – stock.adobe.com | Eric-Pi Zürcher

In dieser Ausgabe geht es um Mut. Auch der Mut wohnt in jedem Menschen und er ist im eigenen Angstmanagement zentral. Früher sprach man von Wagemut. Mir gefällt dieses Wort, denn es zeigt auf, um was es bei Mut geht. Es geht darum, dass wir (im Leben) wagen. Und gibt es nicht täglich Gelegenheiten, um auf der Arbeit, zu Hause, in der Partnerschaft oder im Training wagemutig zu sein? Mit Mut läuft unser Hirnmotor auf höheren Touren und die Bühne des Lebens wird eine andere.

Raus aus der Komfortzone

Doch jeder Mensch hat auch seine eigene Komfortzone (vgl. Abb. 1). In dieser fühlt man sich wohl. Wenn es aber um Entwicklung geht, dann müssen wir die Komfortzone verlassen. Entwicklung ist nur ausserhalb der Komfortzone möglich. Auch hier hilft ein Blick zum Training. Ob Ausdauer, Beweglichkeit oder Kraft: Wer „fittere Muskeln" bekommen will, der muss seine Muskeln ausserhalb der Komfortzone belasten. Ansonsten passiert gar nichts. Ob psychisch oder physisch: ständig Komfortzone blockt die eigene Entwicklung.

Wenn ich die eigene Komfortzone verlasse, dann bewege ich mich auf neuem und oft unbequemem Terrain. Es ist nur normal, dass dabei Unbehagen oder gar Angst aufkommt. Das ist der Preis für den Eintritt in die Wachstumszone. Doch der Mensch hat auch die Ressource Mut von der Natur mitbekommen. Das Gute daran: Jede Person kann diese nutzen.

Wer keine Angst hat, der braucht keinen Mut. Ohne Angst fehlt dem Mut die Existenzberechtigung. In der Komfortzone muss man nicht und nichts wagen.

Das Mindset ist entscheidend

Mut ist der „Sparringspartner" der Angst. Es geht nicht darum, im Leben keine Angst zu haben, sondern darum, ob der Mut oder die Angst die unzähligen Duelle in der „Arena des Lebens" gewinnt. Fragen Sie sich: Welches Leben wird facettenreicher und abenteuerlicher werden? Wenn die Angst in uns dominiert oder der Mut? Eben! Also: Eine Lebensaufgabe ist es, sich mehr Mut zuzumuten. Mut ist auch eine Einstellung. Mindset bedeutet: Set the mind!!

Wir können uns den Mut auch als Muskel vorstellen. Wenn wir den eigenen „Mut-Muskel" regelmässig trainieren, wird er stärker (vgl. Abb. 2). Sich ständig in der Komfortzone zu bewegen, lässt ihn (wie die Skelettmuskeln) atrophieren. Ein stärkerer „Mut-Muskel" lässt die Angst nicht schweigen, doch er stemmt sich der Angst entgegen. Ein weitverbreiteter Irrtum lautet: Sieger kennen weder Angst noch Zweifel. Einen solchen Unsinn sollten Sie nicht glauben. Mut ist die Fähigkeit, trotz der Angst oder dem nagenden Zweifel zu handeln (vgl. Abb. 3).

Es geht also nicht darum, keine Angst im Leben zu haben, sondern in heiklen Situationen mehr Mut als Angst zu haben. Mit anderen Worten: Mut VOR Angst, und nicht Mut STATT Angst.

Deswegen: keine Armut bei Mut. Die deutsche Sprache hat so schöne Wortkombinationen mit Mut für uns parat: Wer viel Wagemut, Sanftmut, Edelmut, Gleichmut, Lebensmut oder Anmut bei sich, bei anderen, in der Natur oder in der Kultur oder bei der Musik für sich entdeckt, der erkennt viel besser die Schönheiten des Lebens, die uns alle umgeben.

Die eigenen Mutmacher im Leben zu kennen und zu pflegen – das ist Marzipan für die eigene Seele.

Gehen Sie beherzt vor

Wagemut beschert uns auch Glück. Mut heisst auf Englisch „courage". Ich mag dieses Wort, denn es stammt vom lateinischen Wort „cor". Das bedeutet Herz. Mut kann man auch als Beherztheit beschreiben. Etwas mit Herz zu tun, erhöht die Chance, dass uns etwas gelingt. Und kennt nicht jeder das Glück, welches sich nach einer erfolgreichen Selbstüberwindung einstellt? Sich wegen der Angst klein zu halten, das dient nicht der Welt. Und schon gar nicht dem Denkproduzenten. Der Triumph über die Angst – das geht über den Mut, anders zu denken und anderes zu fühlen. Wer im Leben keinen Mut braucht, der lebt ein langweiliges Leben. Das sollten wir uns nicht antun.

Mut hat auch eine wertvolle Schwester. Sie heisst Neugier. Wer neugierig ist, der ist gierig nach Neuem. Mit dieser Gier im Leben treten wir eine Kaskade los, die den Mut noch stärker strahlen lässt (vgl. Abb. 4).

Deswegen: Hören Sie nie auf, Studierende des Lebens zu sein. Es gibt im Leben so viel zu entdecken! Mit Mut – so vermute ich stark – gelingt das noch viel besser.

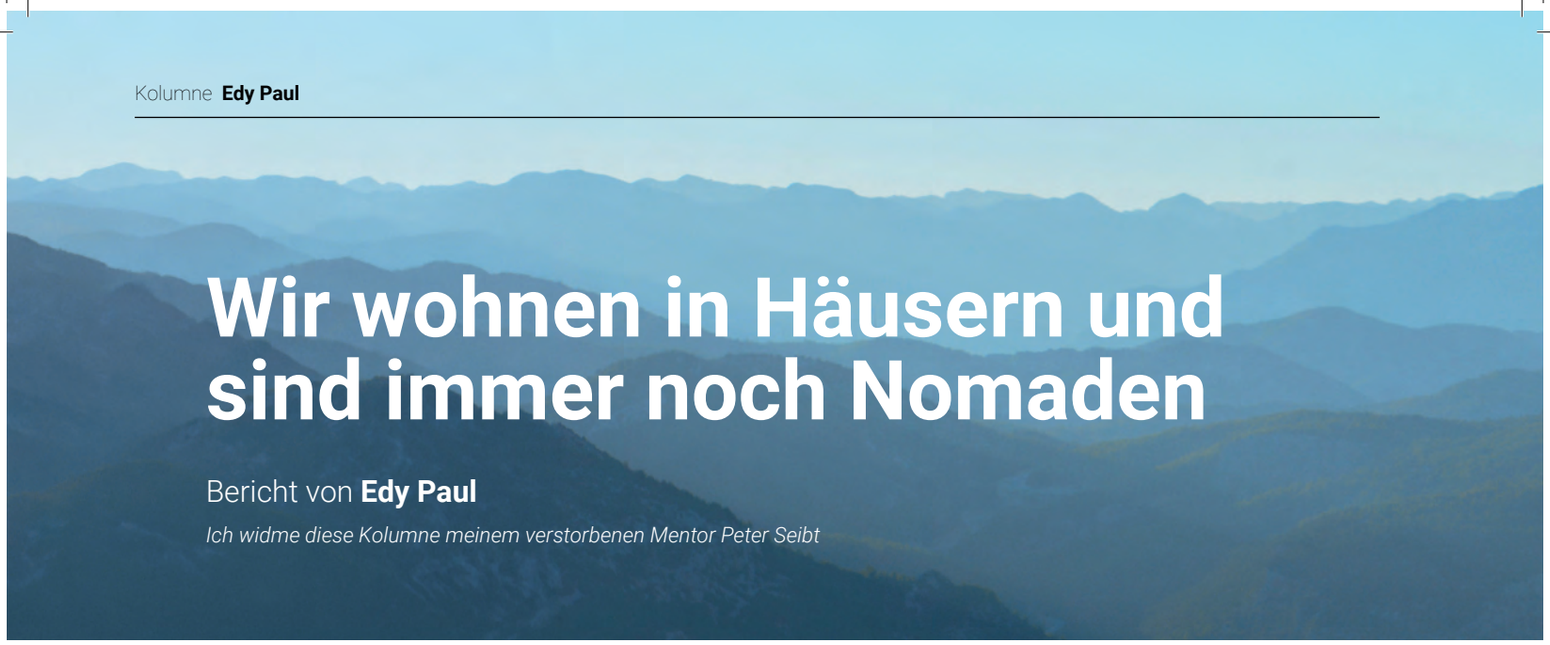
Fazit

Entwicklung ist nur ausserhalb der Komfortzone möglich. Diese zu verlassen, bedeutet aber auch Unbehagen oder gar Angst. Mut ist der „Sparringpartner" von Angst. Mutig zu sein, bedeutet, trotz Angst zu handeln. Wer sich mehr Wagemut im Leben zumutet, wird ein abenteuerlicheres Leben führen als jemand, der ständig in der Komfortzone festhängt. ■



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



Wir wohnen in Häusern und sind immer noch Nomaden

Bericht von **Edy Paul**

Ich widme diese Kolumne meinem verstorbenen Mentor Peter Seibt

Nomaden ziehen immer weiter auf ihrem Weg zum Horizont. Dort finden sie Beute, die so lebenswichtig ist wie die Luft zum Atmen. Sie nehmen jede Situation wie sie kommt und wissen, dass sie nichts anderes erwarten können als Wandel. Jeden Tag eine neue Situation. Jede Woche ist anders als die vorhergehende. Und jedes Jahr sieht die Karawane, mit der man unterwegs ist, wieder anders aus, weil die Mitglieder sich ebenso verändert haben. Das haben wir Millionen Jahre geübt. Das können wir – wir handeln jedoch nicht mehr danach.

Turbulente Zeiten

Unsere Gegenwart ist eine wahrlich turbulente Zeit, die uns unweigerlich auch verunsichert. Terroranschläge, Kriegserklärungen, Börsenspannungen, Arbeitsplatzverluste auch für Kaderleute, kurzum: Nichts ist mehr so wie es mal war. Klar, einige werden nun sagen: „Es war doch schon immer so, dass es solche einschneidenden Situationen in der Weltgeschichte gegeben hat." Ja, aber wir, unsere Generationen, wir haben bis anhin immer nur eine ziemlich ansteigende Entwicklung des Wohlstandes, des Komforts, des Vermögens und der Vielfalt erleben dürfen. Wir dachten, alles sei vorhersehbar, planbar und erreichbar. Dem ist nun endgültig nicht mehr so. Genau deshalb brauchen wir Sicherheit, Kontinuität und Stabilität.

Dies sieht wie folgt aus:

Das brauchen wir:

- Kontinuität
- Stabilität
- Sicherheit

Damit irren wir:

- Es bleibt, wie es immer war.
- Es hält für immer und ewig.
- Ich habe und behalte es.

Aber: Nichts bleibt, wie es war. Nichts hält für immer und ewig. Nichts, was wir haben, behalten wir für immer.

Aber das garantiert der Wandel:

Die Kontinuität des Wandels – wichtigste Punkte

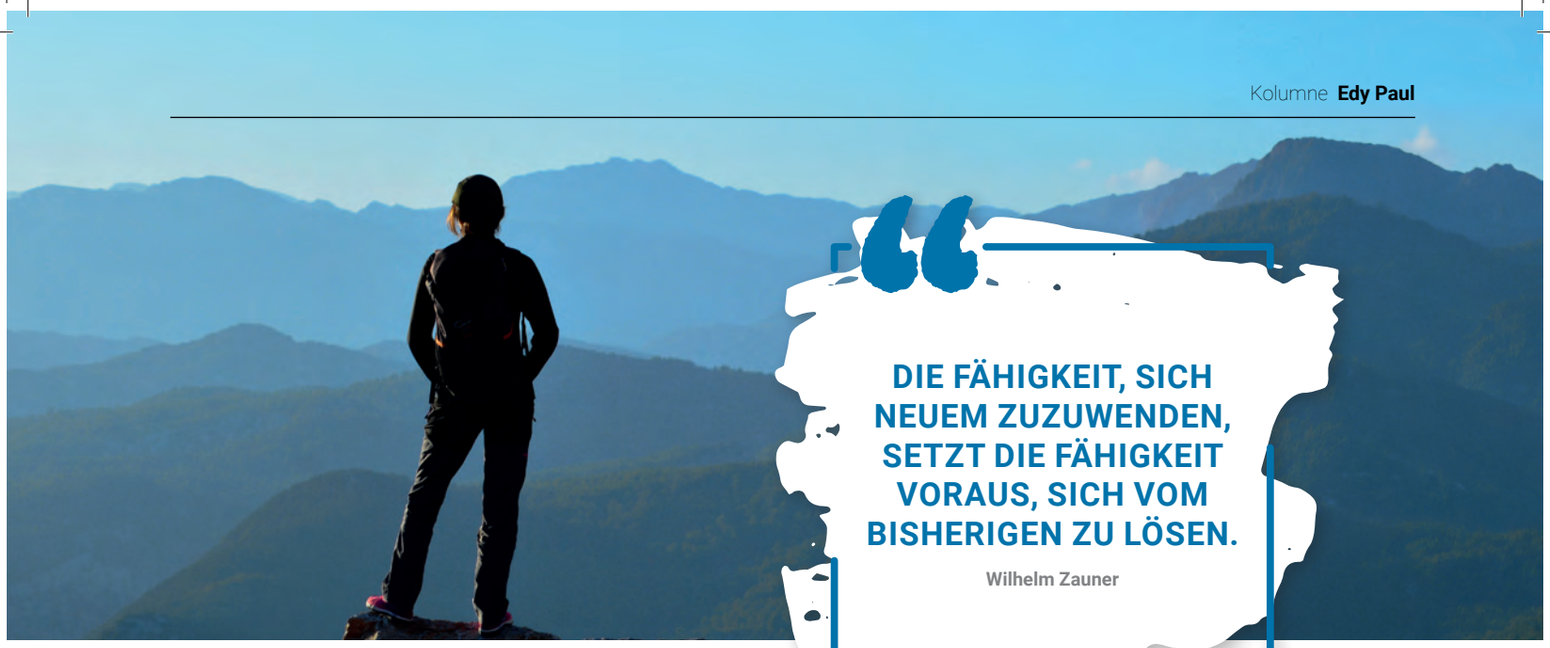
Alles wandelt sich: Ich bekomme immer wieder neue Chancen.
Wenn ich mich bewege, dann bin ich im Gleichgewicht.
Ich bin mir sicher, weil ich immer weiss, wohin ich will.

Wie werde ich im Wandel kompetent?

Die verschiedenen Fertigkeiten und Fähigkeiten, die wir uns bis anhin angeeignet haben, nutzen uns also nicht mehr wie gewohnt, um mit unserem Leben klarzukommen und den Anforderungen an uns gerecht zu werden.

> **SCHLACHTE DEIN UNTERNEHMEN JEDEN TAG – SONST TUT ES DIE KONKURRENZ.**
>
> Lew Platt von Hewlett-Packard

Fotos: The Cheroke – stock.adobe.com | Edy Paul



> **DIE FÄHIGKEIT, SICH NEUEM ZUZUWENDEN, SETZT DIE FÄHIGKEIT VORAUS, SICH VOM BISHERIGEN ZU LÖSEN.**
>
> Wilhelm Zauner

Was nutzt uns das grösste Wissen, was nutzt uns die beste Planung und Organisation, wenn morgen nichts mehr so ist wie heute?

Was nützen uns die ausgeklügelsten Vertragsvereinbarungen, wenn man diese kündigt? Oder wenn der Mensch, die Unternehmung auf der anderen Seite nicht mehr ist?

Aber: Jeder Schlag, jeder Druck und jeder Fall kann, wie in einigen asiatischen Kampfsport- und Selbstverteidigungssportarten genutzt werden, um noch mehr Schwung zu bekommen für Ihre Bewegung in die Richtung zum „eigenen Horizont" – wenn Sie Ihre Richtung kennen.

Oder: Können Sie sich vorstellen, völlig ermüdet, abgekämpft, traurig und orientierungslos in einem dunklen Tunnel zu stecken und nicht zu wissen, wo es lang geht? Können Sie sich vorstellen, wie sich das anfühlt, wenn vielleicht dieser Zustand nicht mal von Ihnen selbst herbeigeführt wurde? Sie könnten irregeführt worden sein (von jemandem und am Schluss ja nur von Ihnen selbst, denn Sie haben sich täuschen lassen) und fühlen sich zudem noch betrogen in Anbetracht dieser Erkenntnis, betrogen um Ihre Träume, Ihre Hoffnungen. Nun, wenn Sie ein inneres Navigationssystem hätten, das Ihnen automatisch angibt, in welche Richtung Sie sich begeben müssten, um aus dem Tunnel und wieder ans Licht zu gelangen, würde das Ihnen doch eine ungeheuer grosse Sicherheit geben – **jederzeit** Unvorhergesehenem gewachsen zu sein!

Das ist dasselbe wie einfach frischen Mutes mit dem Auto, ausgestattet mit Navigationssystem, in eine wildfremde Stadt zu fahren und sicher zu sein, dass immer die richtige Richtung angezeigt wird. Das ist ein ganz tolles Gefühl! Darum braucht es:

Den Horizont – Ihren Horizont

Was Ihr Horizont ist und für Sie leistet:

1. Ihr Horizont ist Ihre Richtung, Ihre!
2. Ihr Horizont fasziniert Sie, zieht Sie an – immer!
3. Ihr Horizont ist die Lust Ihrer Lebensleistung!

Machen Sie Ihre Augen auf und versuchen Sie, klarer zu sehen

Machen Sie sich nichts vor, erkennen Sie Ihre Ängste vor dem Morgen an, stehen Sie aber auch zu Ihren Träumen, Wünschen und Zielen, gestalten Sie damit Ihren Horizont.

Hier die wichtigsten Schritte:

- loslassen können
- flexibel sein
- sich infrage stellen
- Wandel akzeptieren und erkennen
- offen sein für Neues
- Du bist o.k. – ich bin o.k.

Allein die Tatsache, dass sie sich von Altem lösen können, wird Ihnen sehr viel Energie geben für die Zukunft und neue Projekte.

Viel Freude, viel Lockerheit, viel Zuversicht, viel Klarheit auf Ihrer Reise durchs Leben wünscht Ihnen

Ihr Nomade und Coach
Edy Paul ■

Weiterführende Literatur

Seibt, C. P. (2009). Die Neuen Nomaden und die Werkzeuge des Wandels. o. O.: Books on Demand



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

Qualität und Bindung im Fitnessmarkt

ERFOLGSFAKTOR BETREUUNG



Ob personallos, klassisch betreut oder hybrid: Die Qualität der Betreuung beeinflusst Trainingserfolg und Mitgliederbindung entscheidend. Gleichzeitig verändern digitale Lösungen die Fitnessbranche. Doch wie gelingt eine professionelle Betreuung, die Mitglieder langfristig bindet und Trainingserfolge nachhaltig sichert?

Die Fitnessbranche wächst weiterhin dynamisch. Die Eckdatenstudie der Schweizer Fitnesswirtschaft zeigt ein Mitgliederwachstum von 5,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr (swiss active, 2026) Trotz dieses Wachstums bleibt die Mitgliederbindung (Retention) eine der grössten Herausforderungen für Betreiber: Nahezu 50 Prozent aller Neumitglieder brechen ihr Training bereits innerhalb der ersten sechs Monate wieder ab (Tandon, 2025).

Mitglieder, die in diesem Zeitraum seltener als einmal pro Woche erscheinen, kündigen mit einer Wahrscheinlichkeit von 80 Prozent innerhalb des ersten halben Jahres (Trumpfeller, 2025). Marktdaten belegen, dass eine Steigerung der Retention um nur wenige Prozentpunkte den Gewinn eines Studios um 25 Prozent bis 95 Prozent erhöhen kann (Tandon, 2025). Professionelle Betreuung ist demnach kein reiner Kostenfaktor, sondern der zentrale wirtschaftliche Hebel.

Foto: Quality Stock Arts – stock.adobe.com

Präzision der Begrifflichkeiten

Um die Rolle der Betreuung objektiv bewerten zu können, ist eine klare Abgrenzung der Marktmodelle unerlässlich, da Begriffe wie „24/7" oft unterschiedlich interpretiert werden. Ein 24/7-Konzept definiert primär die zeitliche Verfügbarkeit der Einrichtung an 365 Tagen im Jahr, trifft jedoch keine pauschale Aussage über die Betreuungsintensität (Geisler, 2025). Ein solches Studio kann entlang eines Kontinuums unterschiedlich ausgestalteter Betreuungsmodelle betrieben werden – von personallos bis vollbetreut. Das Smart-Gym hingegen zeichnet sich durch einen hohen Grad an technologischer Automatisierung aus. Hier kommen oft Edge-AI-Systeme und Kameras zur Pose-Estimation zum Einsatz, um Bewegungsanalysen kontaktlos durchzuführen (Allxon, 2026). Ein hybrides Modell beschreibt die strategische Symbiose aus physischer Präsenzbetreuung vor Ort und ergänzenden digitalen Assistenzsystemen wie App-basierten Plänen oder Wearables, um die Betreuung über die Studiogrenzen hinaus zu verlängern (EuropeActive, 2024). Erst durch diese Differenzierung wird deutlich, dass Betreuung ein flexibler Erfolgsfaktor ist, der in jedem dieser Konzepte eine spezifische, erfolgskritische Rolle einnehmen kann. Entscheidend ist weniger das gewählte Modell selbst, sondern wie gezielt Betreuungsqualität innerhalb dieser Strukturen umgesetzt wird. Jedes Konzept bietet spezifische Chancen, Betreuung unterschiedlich zugänglich, skalierbar und individuell gestaltbar zu machen.

Physiologische Überlegenheit betreuter Strukturen

Die Sicherstellung der Trainingsqualität ist das wichtigste funktionelle Merkmal professioneller Betreuung. Eine aktuelle Metaanalyse belegt, dass betreutes Krafttraining zu signifikant höheren Kraftzuwächsen führt als unbetreutes Training (Fisher, Steele, Wolf & Korakakis, 2022). Dieser physiologische Anpassungsvorsprung resultiert primär aus einer präziseren Intensitätssteuerung. Da das Erreichen einer adäquaten Intensitätsschwelle essenziell für dauerhafte neuromuskuläre Anpassungen ist, sorgt die Präsenz eines qualifizierten Trainers für die präzise Steuerung der mechanischen Spannung und des progressiven Overloads (Fisher et al., 2022). Ohne gezielte Steuerung können Trainingseffekte schneller verloren gehen. Bereits fünf Wochen ohne professionelle Anleitung können zu einem signifikanten Rückgang der muskulären Ausdauer und einer Verschlechterung kardiovaskulärer Parameter, wie der Ruheherzfrequenz, führen (Fennell, Peroutky & Glickman, 2016). Während professionelle Betreuung insbesondere bei komplexen Trainingsformen klare Vorteile bietet, können ergänzende digitale Systeme dazu beitragen, Trainingsqualität auch in weniger betreuten Settings zu stabilisieren und zugänglich zu machen.

Sicherheit und Verletzungsprophylaxe

Neben der Effektivität ist die verletzungsprophylaktische Überwachung ein zentraler Mehrwert der Betreuung. Sowohl Trainer als auch aktiv betreute Trainierende berichten von signifikant geringeren Verletzungsraten im Vergleich zu Personen, die völlig unbetreut trainieren (Fisher et al., 2023). Die Reduktion von Risiken basiert dabei auf der direkten biomechanischen Korrektur und der Vermeidung fehlerhafter Bewegungsmuster (Keogh & Winwood, 2017). Besonders bei komplexen Übungen (Fisher et al., 2023). Sportwissenschaft unterstreichen die Notwendigkeit kontinuierlicher Anleitung für alle Altersgruppen, um orthopädische Fehlbelastungen nachhaltig zu vermeiden (Fisher et al., 2023). Speziell bei älteren Frauen konnte gezeigt werden, dass selbst digital gestützte Heimprogramme zwar Kraftwerte stabilisieren können, eine fachliche Korrektur vor Ort jedoch für die Maximierung funktioneller Fortschritte überlegen bleibt (Jungreitmayr, Kranzinger, Venek & Ring-Dimitriou, 2022).

Psychologie der Bindung: Der Dual-Role-Coach

Betreuung erfüllt eine essenzielle psychologische Funktion, die weit über das Zählen von Wiederholungen oder die Korrektur von Bewegungsausführungen hinausgeht. Gemäss der Selbstbestimmungstheorie persistieren Menschen in einem Verhalten, wenn die psychologischen Grundbedürfnisse nach Kompetenzerleben, Autonomie und sozialer Eingebundenheit erfüllt sind (Deci & Ryan, 2000). Ein Trainer fungiert hierbei als Dual-Role-Coach, der neben der physischen Anleitung auch mentale Barrieren abbaut und durch empathische Interaktion ein „Community-Gefühl" schafft (Winzenried, 2025).



Lesetipp:
Mit dem Dual-Role-Ansatz stärken Personal Trainer auch mentale Ressourcen und Selbstwirksamkeit. Doch wie gelingt die Arbeit als Dual-Role-Coach? Das erfahren Sie im Fachartikel „Neue Anforderungen, neue Chancen für Personal Trainer" (Winzenried, 2025).

Mitglieder, die eine starke soziale Anbindung an das Personal haben, weisen eine um 56 Prozent geringere Kündigungswahrscheinlichkeit auf als Personen, die ausschliesslich allein trainieren (Tandon, 2025). Durch face-to-face-Kommunikation und proaktive Wertschätzung wird das Training von einer rein funktionalen Tätigkeit zu einem Erlebnis mit emotionalem Mehrwert transformiert (Teixeira, Carraca, Markland, Silva & Ryan, 2012). Digitale Kommunikations- und Trackingtools können diese Beziehung zusätzlich unterstützen, indem sie Kontaktpunkte erweitern und Betreuung auch ausserhalb des Studios sichtbar machen.

Systematisches Betreuungsmanagement

Um die Betreuungsqualität zu standardisieren, hat sich in der Praxis ein Drei-Stufen-Modell etabliert. Der erste Schritt ist ein strukturierter Eingliederungsprozess (Onboarding) über vier bis sechs Wochen, der biometrische Diagnostik und klare Zieldefinitionen beinhaltet (American College of Sports Medicine [ACSM], 2021). Studios, die ein solches Konzept konsequent umsetzen, erzielen eine um bis zu 75 Prozent höhere Retentionsquote (Trumpfeller, 2025). Der zweite Schritt umfasst regelmässige Re-Testings, um Fortschritte objektiv zu dokumentieren und Trainingspläne dynamisch anzupassen (ACSM, 2021). Den dritten Pfeiler bildet die aktive Präsenzbetreuung auf der Trainingsfläche. Kurze, proaktive Check-ins durch den Trainer sind sind besonders effektiv für die Gewonheitsbildung (ACSM, 2021).

FOKUSBEREICH	SELBSTGESTEUERTES TRAINING	BETREUTES TRAINING
TRAININGSSICHERHEIT	Hohe Eigenverantwortung; Risiko für Fehlbelastungen und Verletzungen steigt.	Fachliche Anleitung und Korrektur minimieren Verletzungsrisiken nachhaltig.
ZIELERREICHUNG	Erfolg hängt stark von Vorkenntnissen und Disziplin ab; oft ineffizient.	Höhere Erfolgsquote durch individuelle Planung und kontinuierliche Anpassung.
MITGLIEDERBINDUNG	Bindung erfolgt primär über Preis oder Lage; hohe Wechselbereitschaft.	Starke emotionale Bindung durch soziale Zugehörigkeit und Wertschätzung.
MOTIVATION	Intrinsische Motivation muss selbst aufgebracht werden; hohe Abbruchquote.	Trainer wirkt als Motivator und steigert die Trainingsadhärenz.
WIRTSCHAFTLICHKEIT	Niedrige Personalkosten, aber begrenzte Möglichkeiten für Zusatzumsätze.	Potenzial für Up-Selling (z. B. Personal Training) und stabilere Mitgliederzahlen.
TECHNOLOGIEEINSATZ	Technik ersetzt Personal; oft anonyme Trainingsatmosphäre.	Hybrides Modell: Technik unterstützt Trainer für individuellere Betreuung.

Tab. 1: Mehrwert professioneller Betreuung im Studiokonzept (eigene Darstellung)

Wirtschaftliche Relevanz prädiktiver Systeme

Betreute Studios können margenstarke Zusatzleistungen wie Personal Training oder Premiummitgliedschaften integrieren. Hochwertige Angebotsmodelle gehen häufig mit einer stärkeren Mitgliederbindung einher; Premiummitglieder weisen beispielsweise eine um 35 Prozent geringere Kündigungswahrscheinlichkeit auf als Mitglieder mit Standardmitgliedschaften (Trumpfeller, 2025).

Moderne Ansätze nutzen zudem prädiktive Retentionssysteme: Ein automatisierter Abgleich der Check-in-Daten identifiziert inaktive Phasen von beispielsweise zehn Tagen. Eine daraufhin eingeleitete proaktive Kontaktaufnahme ermöglicht es, Mitglieder mit erhöhtem Abwanderungsrisiko gezielt zu unterstützen und die Retention zu verbessern (Watts, Francis-Smythe & Bell, 2026).

Studios mit drei oder mehr Preiskategorien erzielen eine um 15 Prozent bis 20 Prozent höhere Retention als Anbieter mit Einheitsbeiträgen (Tandon, 2025). Digitale Tools wie Wearables unterstützen diesen Prozess, indem sie Fortschritte visualisieren und so den sogenannten „Lock-in-Effekt" durch aufgebaute Datenhistorien fördern (Brickwood, Watson, O`Brien & Williams, 2019). Insbesondere hybride Modelle verbinden dabei die Effizienz technologischer Lösungen mit der Wirksamkeit persönlicher Betreuung und eröffnen so neue Skalierungs- und Umsatzpotenziale.

Rechtliche Rahmenbedingungen und Haftung

Für personallose oder teilautomatisierte Anlagen ergeben sich spezifische Anforderungen an Sicherheits- und Haftungskonzepte. Betreiber müssen geeignete Vorgehen umsetzen, um Risiken zu minimieren und eine sichere Nutzung zu gewährleisten. Dazu zählen insbesondere klar geregelte Notfallprozesse, eine angemessene Instruktion der Mitglieder sowie technische und organisatorische Sicherheitsmassnahmen (Geisler, 2025).

Fazit

Fazit und Implikationen für die Praxis

Betreuung bleibt ein zentraler Erfolgsfaktor im Fitnessmarkt – jedoch unabhängig vom gewählten Studiokonzept. Ob personallos, klassisch betreut oder hybrid: Entscheidend ist, wie gezielt Betreuung gestaltet und erlebbar gemacht wird. Digitale Lösungen eröffnen dabei neue Möglichkeiten, Betreuung zu erweitern, zu skalieren und individueller zu gestalten. Die Zukunft liegt nicht im Gegensatz der Systeme, sondern in deren intelligenter Verbindung. Studios, die es schaffen, menschliche Nähe und technologische Unterstützung sinnvoll zu kombinieren, schaffen nachhaltige Trainingserfolge, stabile Mitgliederbindung und wirtschaftliche Vorteile. ■



Jonas Ambühl
In über 16 Jahren hat er sich vom Praktikanten zum Cheftrainer im Phoenix Fitness in der Schweiz hochgearbeitet. Seit 13 Jahren ist er Dozent an der SAFS. Zudem war er sechs Jahre lang Prüfungsexperte der eidgenössischen Fachprüfung und ist seit 2017 Prüfungsexperte der eidgenössischen Fähigkeitsprüfung „Fachmann/-frau Bewegung und Gesundheitsförderung"

www.safs.com

Auszug aus Literaturliste

Fennell, C., Peroutky, P., & Glickman, E. L. (2016). Effects of Supervised Training Compared to Unsupervised Training on Physical Activity, Muscular Endurance, and Cardiovascular Parameters. MOJ Orthopedics & Rheumatology, 5(4), 00184.

Swiss active. (2026). Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2026. Zürich: Hrsg.

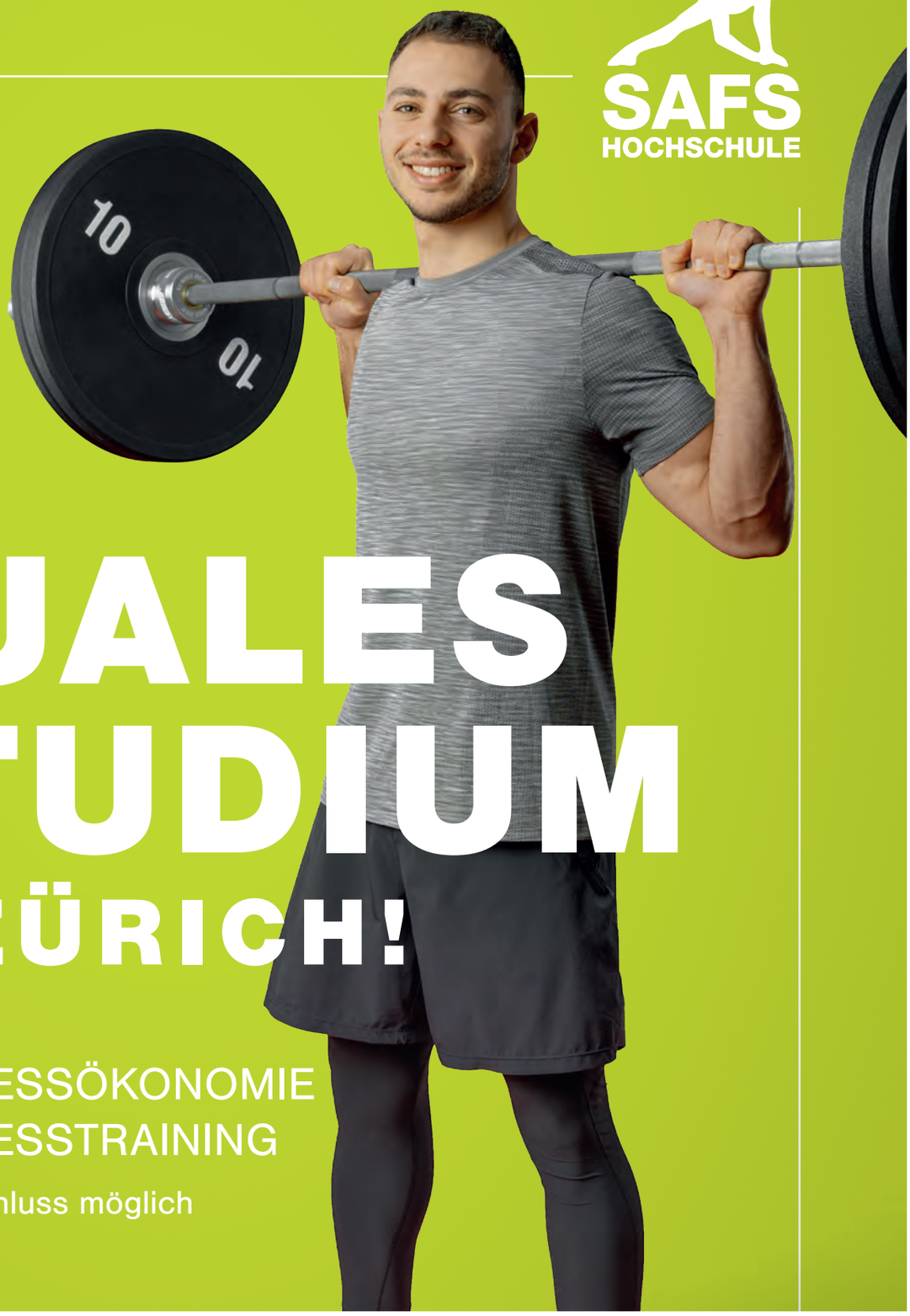
Watts, H., Francis-Smythe, J., & Bell, R. (2026). A stimulus-organism-response approach to predicting membership retention in fitness clubs. Journal of Retailing and Consumer Services, 88, 104461.

Winzenried, R. (2025). Dual-Role-Coaching: Neue Anforderungen, neue Chancen fuer Personal Trainer. FITNESS TRIBUNE, 215, 78-80.

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

Foto: SAFS

SAFS
HOCHSCHULE



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

Achtsam trainieren, gesund altern

RUHE UND RESILIENZ: PRINZIP MIT TIEFE

Achtsamkeit und mentale Stärke sind zentrale Faktoren für gesundes, nachhaltiges Training. Sie verbessern Bewegungsqualität, fördern Körperintelligenz und unterstützen den Longevity-Ansatz. Wie Functional Training, Pilates und moderne Yogastile diese Kompetenzen stärken, zeigt dieser Beitrag.



Immer mehr Menschen suchen nach Trainingsangeboten, die nicht nur die körperliche Leistungsfähigkeit verbessern, sondern auch das mentale Wohlbefinden stärken.Achtsamkeit und mentale Stärke gewinnen im Fitnessbereich an Bedeutung. Achtsamkeit beschreibt die Fähigkeit, Körperempfindungen, Belastungsgrenzen und Bewegungsqualität bewusst wahrzunehmen. Mentale Stärke hingegen umfasst die Fähigkeit, mit Stress, Herausforderungen und Unsicherheiten konstruktiv umzugehen. Beide Konzepte sind eng miteinander verbunden und ergänzen sich gegenseitig in ihrer Wirkung auf Gesundheit und Leistungsfähigkeit.

Menschen suchen heute nicht nur körperliche Veränderung, sondern Orientierung im Umgang mit Stress, Regeneration und langfristiger Gesundheit. Achtsames Training wird mit einer verbesserten psychischen Belastbarkeit in Verbindung gebracht (Goyal et al., 2014). Weitere Studien skizzieren, dass bewusste Bewegung die Körperwahrnehmung verbessern und eine präzisere Bewegungsausführung unterstützen kann (Mehling et al., 2011). Für Fitnessstudios entsteht daraus ein klarer Auftrag: Qualität, Bewusstsein und funktionelle Bewegung in den Mittelpunkt zu stellen.

Was bewusste Bewegung bedeutet

Achtsamkeit zeigt sich zuerst in der Bewegung. Sie umfasst die Wahrnehmung von Atmung, Spannung, Druck, Gelenkstellung, Ermüdung und Schmerz. Im wissenschaftlichen Sinn bedeutet Achtsamkeit, im gegenwärtigen Moment präsent zu sein, ohne zu bewerten – und körperliche Signale als Information zu nutzen, nicht als Störung.

Mentale Stärke ergänzt diesen Prozess: Sie ermöglicht es, Belastungen realistisch einzuschätzen, Herausforderungen anzunehmen und Überforderung zu vermeiden. Goyal et al. (2014) zeigen, dass achtsamkeitsbasierte Programme psychischen Stress reduzieren und das psychische Wohlbefinden verbessern können.

Warnsignale im Training können stechende Schmerzen, wiederkehrende Verspannungen, Kraftverlust oder Koordinationsprobleme sein. Studien zeigen, dass Personen mit höherer Körperwahrnehmung Belastungen besser dosieren und seltener überlastungsbedingte Beschwerden entwickeln (Mehling

Fotos: XXXXXX

et al., 2011). Dysbalancen entstehen häufig durch einseitige Bewegungsgewohnheiten im Alltag, in bestimmten Sportarten oder durch berufliche Belastungen. Bewusste Bewegung hilft, diese Muster zu erkennen und gezielt auszugleichen.

Qualität als Trainingsprinzip

Bewusstes Training bedeutet nicht, weniger zu leisten, sondern effizienter. Zentrale Elemente sind funktionelle Ausrichtung, Mobilität im vollen Bewegungsradius unter notwendiger Stabilität, effiziente Kraftübertragung und eine sinnvolle Balance zwischen Belastung und Regeneration.

Diese Elemente finden sich in verschiedenen Trainingsformen wieder:



PILATES
wird häufig eingesetzt, um Flexibilität, Rumpfstabilität und Körperwahrnehmung zu fördern.



MODERNE YOGASTILE
fördern Achtsamkeit durch Atem-Bewegungs-Kopplung, präzise Ausrichtung und kontrollierte Übergänge.



FUNCTIONAL TRAINING
stärkt Achtsamkeit durch klare Bewegungsmuster, bewusste Kraftübertragung und das Erkennen von Kompensationen.

Alle drei Methoden schulen Körperintelligenz – die Fähigkeit, Bewegungen bewusst zu steuern und Überlastungen zu vermeiden.

Gesund altern durch Bewegung

Longevity beschreibt nicht nur eine hohe Lebenserwartung, sondern vor allem die Erhaltung körperlicher, kognitiver und sozialer Funktionsfähigkeit über die Lebensspanne. Bereits ab dem dritten Lebensjahrzehnt beginnt ein schleichender Verlust an Muskelmasse und Muskelkraft, der sich mit zunehmendem Alter beschleunigt. Bewegungsmangel und einseitige Belastungen fördern Abnutzungserscheinungen (Sahrmann, 2002). Stress beeinträchtigt Regeneration, Schlaf und Schmerzempfinden.

Achtsamkeitsbasierte Ansätze können regulierend wirken. Sie helfen Menschen, frühzeitig wahrzunehmen, wo Stabilität fehlt, wo Beweglichkeit eingeschränkt ist oder wo Überlastung droht. Studien zeigen positive Effekte auf Schmerzbewältigung und Funktionsfähigkeit (Cherkin et al., 2016). Mentale Stärke unterstützt zusätzlich, Trainingsroutinen langfristig beizubehalten – ein zentraler Faktor für gesundes Altern.

Einseitige Muster ausgleichen

Viele Sportarten und Alltagsbelastungen fördern lineare Bewegungsmuster wie u. a. Laufen, Radfahren, Krafttraining im

> **ACHTSAMKEIT UND MENTALE STÄRKE VERBESSERN BEWEGUNGASQUALITÄT UND KÖRPERINTELLIGENZ.**

Sagittalplan oder langes Sitzen. Sahrmann (2002) beschreibt, dass solche Muster zu Dysbalancen, eingeschränkter Mobilität und Überlastungsbeschwerden führen können.

Bewusste Trainingsangebote helfen, diese Muster zu erkennen und auszugleichen:

- Mobilität in wenig genutzten Gelenken fördern
- Stabilität in häufig kollabierenden Bereichen verbessern (Knie, Hüfte, LWS)
- Kraft in funktionellen Muskelketten entwickeln
- Tiefenwahrnehmung und Tiefenstabilität für Gleichgewicht und Gelenkzentrierung fördern
- Rotation und Lateralflexion als Ergänzung zu linearen Bewegungen integrieren

Insgesamt kann ein bewussterer Ansatz dazu beitragen, Überlastungen, Verschleisserscheinungen und Verletzungen vorzubeugen.

Die Rolle der Trainerinnen und Trainer

Bewusster Unterricht betrifft nicht nur die Teilnehmenden, sondern auch die Trainerinnen und Trainer. Er bedeutet, Verantwortung für Sicherheit und Qualität zu übernehmen, klare Anleitungen zu geben, den Fokus auf Qualität statt Tempo zu legen und individuelle Anpassungen anzubieten.



ACHTSAMKEITSTRAINING

VORTEILE:
- bessere Körperwahrnehmung
- geringeres Verletzungsrisiko
- bessere Stressregulation
- höhere Bewegungsqualität
- bessere emotionale Stabilität
- verbesserte Regeneration

HERAUSFORDERUNGEN:
- erfordert Zeit und Geduld
- kann anfangs ungewohnt wirken
- manche Personen vermeiden innere Konfrontation
- ohne Anleitung besteht Risiko für Fehlinterpretationen



Eine wertschätzende Kommunikation und ein sicherer Rahmen fördern Vertrauen und Motivation. Studien zeigen, dass die Beziehung zwischen Kursleitenden und Teilnehmenden ein zentraler Faktor für Trainingsadhärenz und langfristige Bindung ist (Estabrooks et al., 2003).

Warum Fitnessstudios profitieren

Achtsamkeit und mentale Stärke sind keine Soft Skills, sondern zentrale Faktoren für nachhaltige Trainingsmotivation, Verletzungsprävention und gesundes Altern. Fitnessstudios, die diese Kompetenzen fördern, stärken ihre Mitgliederbindung, sprechen neue Zielgruppen an und positionieren sich als qualitativ hochwertige Gesundheitsanbieter.

Darüber hinaus entsteht ein klarer Mehrwert in der Trainingsqualität: Mitglieder lernen, Bewegungen bewusster auszuführen, Belastungen besser zu steuern und Warnsignale frühzeitig zu erkennen. Dies führt nicht nur zu besseren Trainingsergebnissen, sondern reduziert auch Abbruchquoten durch Überforderung oder Verletzungen. Gleichzeitig wächst das Vertrauen in die Kompetenz des Studios und seiner Trainer.

In der praktischen Umsetzung bedeutet dies, achtsame Elemente gezielt in bestehende Angebote zu integrieren. Dies kann über spezifische Kursformate wie Pilates, Yoga oder funktionelles Mobility-Training erfolgen, aber auch über die Gestaltung klassischer Trainingssettings: bewusst gesetzte Pausen, klare Bewegungsanleitungen, Atemfokus oder kurze Check-ins zur Körperwahrnehmung. Auch Personal Trainings und Einführungen bieten Potenzial, Mitglieder für bewusste Bewegung zu sensibilisieren.

> **FUNKTIONELLE TRAININGSFORMEN GLEICHEN DYSBALANCEN AUS UND REDUZIEREN ÜBERLASTUNGEN.**

Ergänzend können Studios durch Weiterbildung ihrer Trainer in den Bereichen Bewegungskompetenz, Coaching und Kommunikation eine einheitliche Trainingsphilosophie etablieren. So entsteht ein Umfeld, das nicht nur Leistung, sondern auch Wahrnehmung, Regeneration und individuelle Entwicklung fördert. Langfristig stärkt dies die Positionierung als ganzheitlicher Gesundheitsanbieter und entspricht einem wachsenden Bedürfnis nach nachhaltigem Training. ■

Fazit

Achtsamkeit und mentale Stärke sind eng miteinander verbunden und bilden eine wichti Grundlage für gesundes, nachhaltiges Training. Sie verbessern Bewegungsqualität, fördern Körperintelligenz und unterstützen den Longevity-Ansatz. Fitnessstudios, die diese Prinzipien in ihre Trainingsphilosophie integrieren, schaffen Angebote, die Menschen langfristig begleiten – körperlich, mental und emotional.



Selina Flachsmann
Die Dozentin für Gruppenfitness an der SAFS hat diverse Aus- und Weiterbildungen in den Bereichen Yoga, Pilates und Functional Training absolviert. Ihr Trainingsansatz verbindet funktionelle Bewegung mit moderner Bewegungspädagogik und fördert Körperintelligenz.

Literaturliste

Cherkin, D. C., et al. (2016). Effect of mindfulness-based stress reduction vs cognitive behavioral therapy vs usual care on chronic low back pain. JAMA, 315(12), 1240–1249.

Estabrooks, P. A., et al. (2003). Group dynamics in physical activity: A review and recommendations. Exercise and Sport Sciences Reviews, 31(2), 71–77.

Goyal, M., et al. (2014). Meditation Programs for Psychological Stress and Well-being: A Systematic Review and Meta-analysis. JAMA Internal Medicine, 174(3), 357–368.

Mehling, W. E., et al. (2011). Body awareness: A phenomenological inquiry into the common ground of mind-body therapies. Philosophy, Ethics, and Humanities in Medicine, 6, 6.

Sahrmann, S. A. (2002). Diagnosis and Treatment of Movement Impairment Syndromes. St. Louis, MO: Mosby.

Fotos: XXXXXX | SAFS

SOLEDOR®

THE SOUL SHAKE



inkospor®

ACTIVE PRO 80® Choco-Brazil – das ist brasilianische Leichtigkeit, kräftiger Geschmack und pure Energie.

- **Mehr-Komponenten-Protein**
- **bis zu 4.650mg BCAA pro Portion**
- **fettfrei**
- **zuckerfrei**
- **9 Vitamine**
- **3 Mineralstoffe**
- **80% Eiweiss**
- **hoher Chemical Score von 160**

Premium Quality since 1982

Soledor AG, Grüngenstrasse 19, CH-4416 Bubendorf, Telefon 061 926 87 77, Telefax 061 926 87 78, info@soledor.ch **www.soledor.ch**
NUTRICHEM DIÄT & PHARMA GMBH, Am Espan 1-3, 91154 Roth



Die Zukunft trainiert gemeinsam

COMMUNITY IM FITNESSMARKT

Fitness entwickelt sich zunehmend vom individuellen Training hin zum sozialen Erlebnis. Menschen suchen neben Gesundheit und Leistung vor allem Gemeinschaft, emotionale Sicherheit und Zugehörigkeit. Doch wie kann Gruppenfitness Motivation und langfristige Bindung stärken?

In den vergangenen Jahren ist Fitnesstraining sozialer geworden: Der Fitnessmarkt verändert sich. Während Training lange Zeit primär mit Leistungssteigerung, Körperoptimierung oder Gewichtsreduktion verbunden wurde, rücken heute die sozialen Bedürfnisse von Trainierenden stärker in den Mittelpunkt. Besonders Gruppenfitnessformate, funktionelles Teamtraining und communityorientierte Gesundheitsangebote gewinnen daher an Bedeutung. Doch worin liegt diese Entwicklung begründet? Moderne Arbeits- und Lebenswelten sind zunehmend digitalisiert und individualisiert. Im Alltag

Foto: Olga – stock.adobe.com



erleben viele Menschen heute weniger eingebundene und stabile soziale Kontakte als in früheren Lebensmodellen. Der Mangel an tiefgehenden Beziehungen und Kontakten führt zu sozialer Isolation und dem Gefühl der Einsamkeit (WHO, 2023; Eurofound, 2022). Gleichzeitig steigt das Bedürfnis nach Zugehörigkeit, emotionaler Sicherheit und realen sozialen Kontakten. Studien und Branchenreports zeigen, dass zielgruppenspezifische Trainingsprogramme und community-orientierte Fitnessangebote kontinuierlich zu den wichtigsten Trends im Fitnessmarkt zählen (A'Naja et al., 2024; EuropeActive & Deloitte, 2024). Daraus lässt sich ableiten, dass Training mehr und mehr zu einem Ort sozialer Verbindung wird.

Warum Gemeinschaft motiviert

Die Selbstbestimmungstheorie nach Deci und Ryan (2000) identifiziert soziale Eingebundenheit („ich gehöre dazu") neben Kompetenz („ich fühle mich fähig") und Autonomie („ich entscheide selbst") als eines der drei zentralen psychologischen Grundbedürfnisse. Werden diese Bedürfnisse erfüllt, steigen Motivation, Wohlbefinden und langfristige Verhaltensstabilität: Das Trainingsverhalten bleibt als stabile, wiederkehrende Gewohnheit langfristig bestehen.

Gemeinsames Training kann folglich eine besondere Wirkung entfalten, wenn sozialer Austausch, gegenseitige Motivation und ein Gefühl von Zugehörigkeit geschaffen werden. So können das Wohlbefinden gestärkt dafür und Menschen dabei unterstützt werden, sich emotional ausgeglichener und sozial eingebundener zu fühlen. Entscheidend ist also nicht nur die körperliche Aktivität selbst, sondern die soziale Qualität der Erfahrung. Gemeinsame Ziele, positive Gruppendynamik und gegenseitige Unterstützung erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass Menschen regelmässig aktiv bleiben. Besonders wirksam sind Angebote, in denen echte Interaktion innerhalb der Gruppe entsteht und nicht nur parallel trainiert wird.

Gruppenfitness kann auch vor dem Hintergrund der sozialen Identitätstheorie von Tajfel und Turner (1979) eingeordnet werden. Diese erklärt, warum Menschen sich mit Gruppen identifizieren und ihr Verhalten daran ausrichten: Menschen orientieren sich an Gruppen, weil diese ihnen Zugehörigkeit, Sicherheit und soziale Orientierung geben. Dabei übernehmen sie Normen und Werte der Gruppe und integrieren sie in ihr Selbstbild.

> „VERHALTEN WIRD SO LANGFRISTIG STABILER, WEIL ES TEIL DER EIGENEN IDENTITÄT WIRD"
> (Tajfel & Turner, 1979)

Emotionale Sicherheit im Fokus

Neben Motivation spielt emotionale Sicherheit eine zunehmend wichtige Rolle. Viele Menschen erleben Alltag und Arbeitswelt als beschleunigt, leistungsorientiert und sozial belastend. Gesundheits- und Fitnessangebote sollten sich folglich so ausrichten, dass sie verstärkt als sichere soziale Räume wahrgenommen werden. Dadurch können sie psychologische Schutzfaktoren bieten:

- soziale Unterstützung
- wiederkehrende Begegnungen
- Gefühl der emotionalen Verbundenheit
- gemeinsame Erfolgserlebnisse
- niedrigschwellige soziale Kontakte

Training fungiert so als sozialer Anker im Alltag. Studien zeigen, dass soziale Bewegungserfahrungen mit positiver Stimmung und stärkerer sozialer Bindung verbunden sein können (Graupensperger et al., 2019).

Konsequenzen für Gruppenkurse und Kursleitende

Gruppenfitness fördert die soziale Eingebundenheit, schafft Identität und dient als sicherer sozialer Raum. Menschen erleben gemeinsame Routinen, gegenseitige Unterstützung und soziale Anerkennung. Das Training erhält dadurch einen Mehrwert, der über den rein körperlichen Nutzen hinausgeht. Gruppenfitness kann folglich die langfristige Kundenbindung stärken.

Für Kursleitende bedeutet dies, Verbindung zu und zwischen den Teilnehmenden zu schaffen. Dies kann gelingen, indem sie kurze Partner- oder Kleingruppenübungen einbauen oder gemeinsame Starts sowie Abschlussrituale etabliere z. B. gemeinsames Klatschen, ein kurzer Teamspruch oder eine einfache Handgeste). Auch synchrone Übungen, gemeinsames Zählen oder positive Rückmeldungen an die Gruppe können motivieren. Darüber hinaus kann es hilfreich sein, die Gruppe

GRUPPENFITNESS FÖRDERT ZUGEHÖRIGKEIT, MOTIVATION UND TRAININGSBINDUNG.

als „Team" anzusprechen, die räumliche Anordnung so zu gestalten, dass Sichtkontakt und Interaktion möglich sind, oder kleine gemeinsame Challenges zu initiieren.

Die Rolle der Kursleitenden ist durch verschiedene Rollen geprägt. Kursleitende sind nicht nur Anleitende und Korrigierende, sondern soziale Moderatoren und emotionale Bezugspersonen. Kommunikationskompetenz, Gruppenführung und die Fähigkeit zur Schaffung psychologisch sicherer Trainingsräume werden so zu zentralen Zukunftskompetenzen.

Konsequenzen für Fitness- und Gesundheitsanbieter

Für Fitness- und Gesundheitsanbieter entstehen ebenfalls strategische Konsequenzen. Der langfristige Erfolg von Einrichtungen wird künftig weniger ausschliesslich über Geräteausstattung oder Trainingsflächen definiert, sondern stärker über soziale Erlebnisqualität. Erfolgreiche Konzepte schaffen Community-Strukturen, persönliche Betreuung, soziale Interaktion, gemeinsame Ziele und emotionale Bindung. Konkret kann dies bedeuten:

- feste Kursreihen zu spezialisierten Themen und mit gemeinsamer Zielsetzung anbieten
- Monats-Challenges und saisonale Events kreieren, die Austausch ermöglichen
- Kursgrössen so planen, dass soziale Interaktion möglich ist (z. B. Kleingruppentrainings)
- Kontinuität bei den Kursleitenden fördern (Mitarbeiterbindung)
- Kursleitende mit Qualifikationen in Gruppenpsychologie und Kommunikationsführung einsetzen
- die soziale Atmosphäre als Qualitätskriterium definieren.

Wichtig ist dabei: Community entsteht selten durch einzelne Events oder Marketingaktionen, sondern vor allem durch regelmässige positive Gruppenerfahrungen im laufenden Trainingsbetrieb.

Community als Zukunft des Trainings

Die Entwicklung vom Workout zur Community ist kein kurzfristiger Trend, sondern Ausdruck gesellschaftlicher Veränderungen. Menschen suchen heute im Training nicht mehr nur körperliche Effekte, sondern soziale Verbindung, emotionale Stabilität und gemeinsame Erlebnisse.

Gruppenfitness erfüllt dabei zentrale psychologische Bedürfnisse moderner Lebenswelten. Einrichtungen, die soziale Zugehörigkeit aktiv fördern, schaffen nicht nur höhere Trainingsbindung, sondern leisten zugleich einen wichtigen Beitrag zur psychosozialen Gesundheit.

SOZIALE ERLEBNISSE WERDEN ZUM ZENTRALEN DIFFERENZIERUNGSFAKTOR FÜR STUDIOS.

Für die Branche bedeutet dies: Die Zukunft erfolgreicher Trainingskonzepte liegt zunehmend in der Verbindung von Bewegung, Beziehung und Gemeinschaft.

Transfer in die Branche

Für Fitnessstudios bedeutet diese Entwicklung eine klare strategische Chance: Wer gezielt Community-Erlebnisse schafft, kann die Mitgliederbindung nachhaltig stärken und sich klar vom Wettbewerber differenzieren. Durch gruppenorientierte Angebote, gezielte Interaktion und eine starke soziale Atmosphäre wird das Studio vom reinen Trainingsort zum sozialen Treffpunkt. Dies erhöht nicht nur die Trainingsfrequenz, sondern fördert auch langfristige Kundenbeziehungen und Weiterempfehlungen.

Fazit

Die zunehmende Bedeutung von Community im Fitnessmarkt verdeutlicht, dass Training heute weit über die körperliche Ebene hinausgeht. Soziale Eingebundenheit, emotionale Sicherheit und gemeinschaftliche Erlebnisse entwickeln sich zu zentralen Faktoren für Motivation und langfristige Trainingsbindung. Fitnessangebote, die gezielt Raum für Interaktion und Zugehörigkeit schaffen, können nicht nur die Zufriedenheit ihrer Mitglieder steigern, sondern auch deren Loyalität nachhaltig stärken. Damit ist Community ein entscheidender Erfolgsfaktor für zukunftsorientierte Fitness- und Gesundheitsanbieter. ■



Sandra Burdet
Als Kursleiterin blickt sie auf zehn Jahre Erfahrung in Dance, Yoga und Workout zurück. Sie begeistert Menschen in Gruppenkursen, Personal Trainings und auf internationalen Bühnen. Für die SAFS bildet sie Kursleitende aus. Mit ihrem Wissen in Bildung und Wirtschaftspsychologie liegt ihr die Weiterentwicklung von Menschen besonders am Herzen.

Literaturliste

A'Naja, M. N., Reed, R., Sansone, J., Batrakoulis, A., McAvoy, C., & Parrott, M. W. (2024). ACSM's worldwide survey of fitness trends for 2024. ACSM's Health & Fitness Journal, 28(1), 14–26.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. Psychological Inquiry, 11(4), 227–268.

EuropeActive & Deloitte (2024). European health & fitness market report 2024. EuropeActive.

Eurofound (2022). Loneliness in the EU: Prevalence and determinants. Publications Office of the European Union. Verfügbar unter: https://joint-research-centre.ec.europa.eu/projects-and-activities/survey-methods-and-analysis-centre/loneliness/loneliness-prevalence-eu_en

Graupensperger, S., Gottschall, J. S., & Benson, A. J. (2019). Perceptions of groupness during fitness classes positively predict recalled perceptions of exertion, enjoyment, and affective valence: An intensive longitudinal investigation. Sport, Exercise, and Performance Psychology, 8(3), 290.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), The social psychology of intergroup relations (S. 33–47). Brooks/Cole.

World Health Organization (2023). Social isolation and loneliness. WHO. Verfügbar unter: https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/social-isolation-and-loneliness

Foto: SAFS


SAFS
SWISS ACADEMY
OF FITNESS & SPORTS
Inspiriere.
Motiviere.
Bewege.
Werde Kursleiter
Gruppenfitness.
LesMILLS
safs.com
lesmills.ch
INFOS &
ANMELDUNG

Forschungsergebnisse im Fokus

Wissenschaft für die Trainingspraxis



Betreuungsqualität schafft Loyalität

Perceptions of instructor quality, loyalty and recommendation intentions in fitness centers

Eine hohe Betreuungsqualität ist entscheidend für die Zufriedenheit und Motivation von Mitgliedern. In der Studie wurden die Einschätzungen von Trainierenden und Trainern verglichen, um Rückschlüsse auf die Weiterempfehlungsbereitschaft und die Kundenbindung zu ziehen.

Dazu wurden 589 Trainierende und 145 Trainer einer portugiesischen Fitnesskette befragt und die Daten inferenzstatistisch ausgewertet.

Die Analysen zeigen, dass die Trainierenden die Qualität der Betreuung und deren Einfluss auf Zufriedenheit, Loyalität und Weiterempfehlungsbereitschaft tendenziell höher bewerteten als die Trainer. Laut den Autoren unterstreichen die Ergebnisse, wie wichtig eine professionelle Betreuung durch qualifizierte Trainer für zufriedene und loyale Kunden ist. Gleichzeitig wird deutlich, dass ein systematischer Abgleich von Fremd- und Selbstwahrnehmung Betreibern/Trainern wertvolles Feedback liefert. Das hilft z. B. dabei, unterschiedlichen Bedürfnissen/Anforderungen gerecht zu werden, Servicelücken sowie Potenziale aufzudecken und eine optimale Betreuungsqualität zu gewährleisten.

Zufriedene Mitglieder sind die beste Werbung. Ein kompetentes und engagiertes Trainerteam legt den Grundstein für eine hohe Betreuungsqualität. Diese fördert die Kundenzufriedenheit und Mitgliederbindung, steigert die Weiterempfehlungsbereitschaft und die Neukundengewinnung.

Literaturliste

Campos, F., Almeida, D., Aleixo, J., Aveiro, D., Ardelean, V. P., Geantă, V. A. & Martins, F. (2026). Perceptions of instructor quality, loyalty and recommendation intentions in fitness centers: a comparative analysis by role and users characteristics. Frontiers in Sports and Active Living, 8, 731975.



Zukunftschancen im Gesundheitsmarkt

Research on the Gym Business Model Under the Combination of Fitness and Health Management

Auf einem internationalen Fachkongress in China wurde eine interessante Studie präsentiert, die sich damit befasst hat, wie Fitnesscenter ihr Geschäftsmodell durch die Integration individualisierter Gesundheitsdienstleistungen weiterentwickeln können und welche Chancen sich daraus ergeben.

Dazu wurde eine Literaturrecherche in den Datenbanken CNKI und Web of Science durchgeführt. Zudem wurden Fallbeispiele internationaler Fitnessanbieter analysiert.

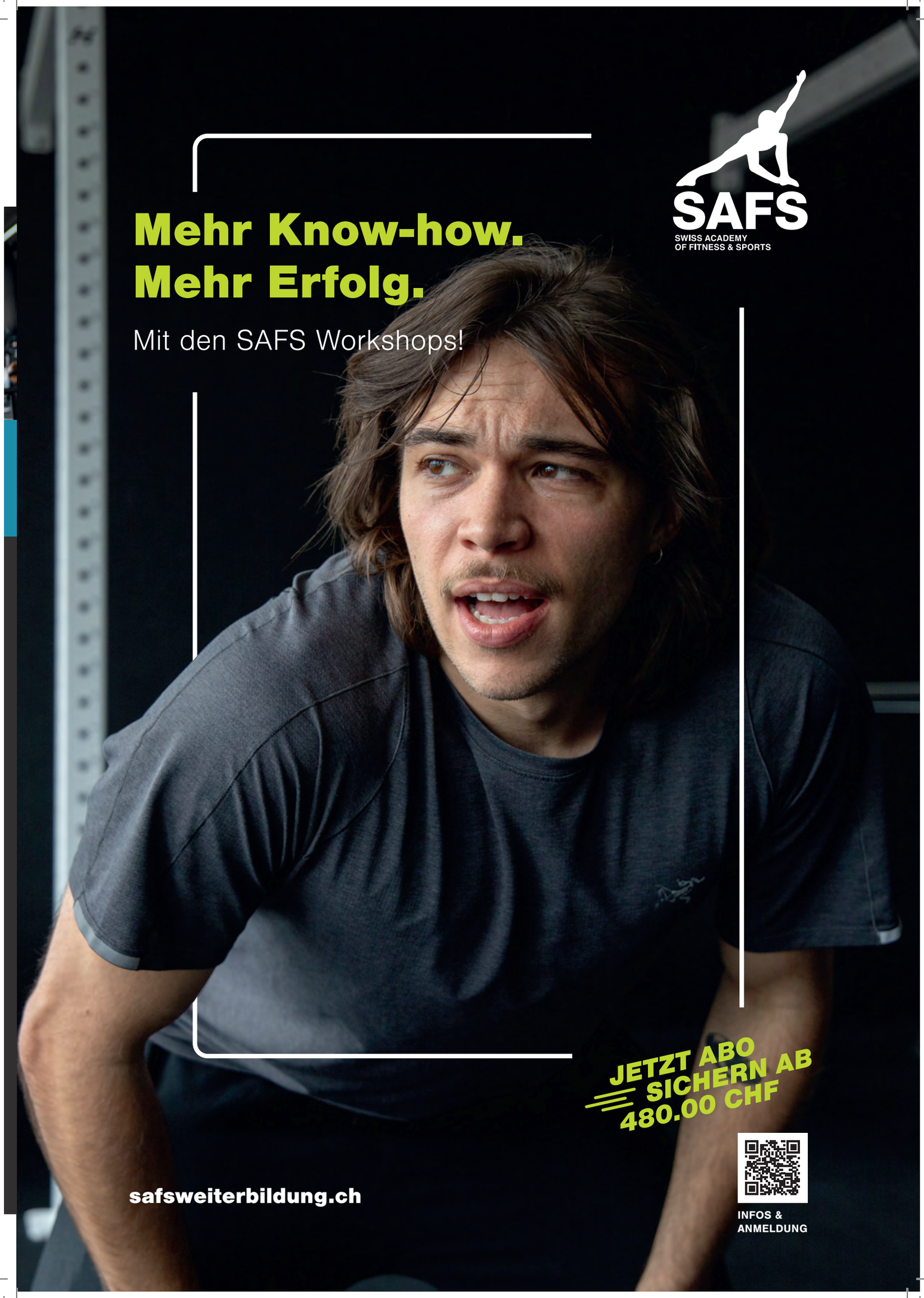
Die Ausführungen zeigen, warum es für Fitnesscenter sinnvoll sein kann, sich vom reinen Trainingsanbieter zum ganzheitlichen Gesundheitsdienstleister weiterzuentwickeln und wie sich das Angebot zielführend erweitern lässt. Der Fokus liegt auf ganzheitlichen und vernetzten Lösungen. Eine interdisziplinäre Betreuung und individualisierte Angebote helfen dabei, wachsenden Kundenansprüchen gerecht zu werden. Verzahnte Trainings- und Therapieangebote, ein umfassendes Health-Monitoring, Ernährungsberatung und optionale Zusatzleistungen tragen zur Kundenbindung bei und eröffnen neue Wertschöpfungs- und Vermarktungspotenziale. Eine engere Zusammenarbeit mit Ärzten, Praxen, Krankenkassen usw. eröffnet zudem neue Netzwerkmöglichkeiten und schafft Synergieeffekte.

Die steigende Nachfrage nach Gesundheits- und Präventionsangeboten eröffnet Fitnessunternehmen zahlreiche Zukunftschancen.

Literaturliste

Chen, J. (2026). Research on the Gym Business Model Under the Combination of Fitness and Health Management Under the Service-Dominant Logic. International Journal of Physical Activity and Health, 5 (1), 299.

Fotos: Delcio/peopleimages.com, DusanJelicic – stock.adobe.com


SAFS
SWISS ACADEMY
OF FITNESS & SPORTS
Mehr Know-how.
Mehr Erfolg.
Mit den SAFS Workshops!
JETZT ABO
SICHERN AB
480.00 CHF
safsweiterbildung.ch
INFOS &
ANMELDUNG

Personal Branding

Menschen machen Marken stark

Marken sind allgegenwärtig. Ob Handywecker, Zahnpasta oder Sportartikel – täglich begegnen uns unzählige Marken. Auch die Fitness- und Gesundheitsbranche ist von einem intensiven Wettbewerb geprägt. Umso wichtiger wird es, Vertrauen aufzubauen und sich klar zu positionieren. Hier setzt Personal Branding an.

Menschen vertrauen Menschen mehr als Unternehmen (Walker, 2024, S. 102). Deshalb gewinnt die gezielte Positionierung von Inhabern oder Mitarbeitenden zunehmend an Bedeutung. Fachliche Expertise, authentische Kommunikation und persönliche Sichtbarkeit schaffen Vertrauen und stärken gleichzeitig die Wahrnehmung des Unternehmens.

Investitionen in die Aus- und Weiterbildung von Mitarbeitenden tragen wesentlich dazu bei, Fitnessunternehmen als Qualitätsanbieter und Experten zu positionieren. So profitieren sowohl das Unternehmen als auch die einzelnen Mitarbeitenden von einer stärkeren Marke und einem positiven Image (Sörensen & Wolff, 2022).

Aufmerksamkeit erzielen – nur wie?

Am Anfang jeder Personal Brand stehen einige grundlegende Fragen: In welchem Bereich möchte ich sichtbar werden? Welche Zielgruppe möchte ich erreichen? Und welche Expertise möchte ich vermitteln? Entscheidend ist, eine klare Positionierung zu finden und relevante Inhalte bereitzustellen.

Relevante Inhalte informieren, unterhalten oder bilden die Zielgruppe weiter. Sie schaffen Vertrauen und Glaubwürdigkeit. Walker (2024) vergleicht dies mit einem Lagerfeuer: Damit Menschen sich versammeln und bleiben, muss regelmässig neues Holz nachgelegt werden – also kontinuierlich neuer Content.

Dabei können Inhalte unterschiedliche Formate haben:

- **Holzspäne:** kurze Inhalte wie Fotos, Zitate oder Anekdoten
- **Äste:** kurze Videos oder Beiträge mit klarer Botschaft
- **Holzscheite:** ausführlichere Inhalte mit mehr Tiefe und Mehrwert
- **Holzhaufen:** Webinare, Podcasts oder längere Videos für besonders interessierte Zielgruppen

Die Kombination verschiedener Formate sorgt dafür, unterschiedliche Bedürfnisse der Zielgruppe anzusprechen und langfristig Aufmerksamkeit aufzubauen.

Website und Social Media als Bühne

Die Vermittlung dieser Inhalte erfolgt heute vor allem digital. Eine professionelle Website und aktive Social-Media-Kanäle sind zentrale Instrumente, um Fachkompetenz sichtbar zu machen und Vertrauen aufzubauen (Hensel, 2016, S. 134). Durch eine klare Positionierung und authentische Kommunikation können Mitarbeitende und Selbstständige ihre persönliche Marke stärken und gleichzeitig zum Unternehmenserfolg beitragen. Sie werden zu wichtigen Multiplikatoren, schaffen Nähe zu Kunden und Mitgliedern und fördern langfristige Kundenbindung. ■

Literaturliste

Hensel, D. (2016). Understanding Branding. Strategie- und Designprozesse in der Markenentwicklung verstehen und umsetzen (2. Aufl.). Grünwald: Stiebner.

Sörensen, A. & Wolff, J. (2022). Qualität durch Qualifikation. fitness MANAGEMENT international, 5 (163), 24–31.

Walker, D. (2024). 90 DAY BRAND PLAN. A step-by-step guide to mastering the art of branding. Hoboken: JOHN WILEY.



Direkt anwendbar: Lehrgangspaket für erfolgreiches Online-Marketing

Mit dem Lehrgangspaket „Bestens aufgestellt im Online-Marketing" der BSA-Akademie erhältst du fundiertes Know-how für einen professionellen Online-Auftritt deines Studios. Die Kombination aus den Lehrgängen „Online-Marketing-Manager/in" und „Digital Content Creator" vermittelt praxisnah, wie digitale Strategien, Social Media und Content gezielt für Kundengewinnung und Markenaufbau genutzt werden können – flexibel neben dem Beruf und direkt anwendbar im Studioalltag. Zudem sparst du mit dem Lehrgangspaket 360 Euro gegenüber Einzelbuchungen!

Foto: DHfPG/BSA

HYGIENE
MIT SYSTEM!

BESTWIPES

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



"ROUND-UP" EDELSTAHL-BOX **INKLUSIVE 4.800 BLATT PREMIUM-WIPES**

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

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

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

JETZT UMSTEIGEN UND
NUR VORTEILE GENIESSEN!

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

TEILNEHMEN UND GEWINNEN!

Warum unsere Chefs plötzlich so nett zu uns sind – und warum sie es wahrscheinlich sogar ernst meinen.

Wer führen will, muss Menschen mögen…

… und wer immer noch auf Anweisungen, Kontrolle und Effizienz setzt, sollte schleunigst in sich gehen. Es ist eine stille Revolution, die sich gerade in unserer Arbeitswelt vollzieht: Chefinnen und Chefs müssen fähig sein, sich in ihre Leute einzufühlen, müssen jeden Einzelnen besser machen und alle zusammen begeistern für das gemeinsame Ziel. Was im Fussball die Trainer Pep Guardiola und Joachim Löw vorlebten, findet auch in unseren Unternehmen immer mehr Anhänger: Nur wenn alle mit Leidenschaft an einem Strang ziehen, können wir in einer sich rasant wandelnden Welt Siege feiern.



Wolfgang Jenewein | Warum unsere Chefs plötzlich so nett zu uns sind – und warum sie es wahrscheinlich sogar ernst meinen. | ecoWIN, 2018 | ISBN: 978-3711001672

TEILNEHMEN UND GEWINNEN!

Wie hat Ihnen unsere neue Ausgabe der FT gefallen? Nehmen Sie bis zum 30. September 2026 an unserer Leserumfrage teil und gewinnen Sie das Buch **„Warum unsere Chefs plötzlich so nett zu uns sind – und warum sie es wahrscheinlich sogar ernst meinen."** von Wolfgang Jenewein! Scannen Sie einfach den QR-Code oder nutzen Sie folgenden Link:

bit.ly/umfrage_ft_222

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

Foto: Netflix

NETFLIX

VÁRZEA
WO FUSSBALL GEBOREN WIRD

2026 | 12 | Miniserie | Dokumentation

Brasilien lebt, atmet und exportiert Fussball. Die Dokumentarserie führt dorthin, wo für viele brasilianische Talente alles beginnt: auf die einfachen Fußballplätze der Stadtviertel von São Paulo. Im Zentrum steht die Super Copa Pioneer, eines der bedeutendsten Amateurturniere der Metropole. Die Serie erzählt von sportlichen Träumen, leidenschaftlichen Rivalitäten und Gemeinschaften, die durch den Fussball zusammenfinden. Auch Stars wie Cafu und Raphinha erinnern sich an ihre Anfänge und zeigen, weshalb Várzea weit mehr ist als nur ein Spiel: ein Ausdruck von Zugehörigkeit, Stolz und Widerstandskraft.

STREAM NOW

ALL EPISODES


SAFS
SWISS ACADEMY
OF FITNESS & SPORTS
LesMILLS
Die weltweit besten
Workouts. Jetzt überall.
Jetzt bei dir.
WERDE
LES MILLS
PARTNER
lesmills.ch
INFOS &
ANMELDUNG

FITNESS TRIBUNE

PRESTAZIONI D'ECCELLENZA GRAZIE A UN'ASSISTENZA QUALIFICATA

Gentili lettrici, gentili lettori,

il nostro settore è sempre stato caratterizzato da tendenze. Dall'aerobica al functional training, fino alla neuroatletica e, più recentemente, alla longevità: le mode vanno e vengono, i concetti evolvono, nuove idee conquistano il mercato. Tuttavia, di fronte a tutta questa dinamicità, sorge una domanda fondamentale: cosa rimane? E soprattutto, da cosa nasce davvero la vera eccellenza nelle prestazioni?

E questo cuore è – oggi come ieri – l'assistenza! L'eccellenza nel settore fitness non si misura dal numero di nuovi concept o dal livello di digitalizzazione dei processi, ma dalla capacità di accompagnare e coinvolgere le persone in modo individuale. I nostri clienti cercano orientamento, motivazione e un approccio personale. La qualità dell'assistenza diventa così il fattore distintivo centrale per i centri di successo.

Il Klub der Sportfreunde di Zurigo si definisce un centro di allenamento orientato alla performance per atleti amatoriali ambiziosi – dai principianti ai professionisti. Nel ritratto del centro , il titolare Ilir Halili spiega a partire da pagina 20 perché l'assistenza personalizzata, la profondità delle competenze e un forte senso di comunità fanno la differenza al Klub der Sportfreunde – e perché l'allenamento può essere anche un momento di "tempo per sé".

Che il fitness oggi sia molto più che sviluppo muscolare ed estetica lo sa anche Heinrich Schiffert. Fondatore e titolare del centro fitness e salute Vitadom a Landeck, punta su un concetto che integra in modo intelligente salute, rigenerazione, prevenzione e performance individuale. A partire da pagina 50, Heinrich Schiffert mostra come tecnologie innovative, check-up su misura e assistenza personalizzata si fondano in un'esperienza olistica di salute e performance.

Sven Andrighetto è una delle figure più rappresentative dell'hockey su ghiaccio svizzero. Nell'intervista a partire da pagina 26, il nazionale e leader degli ZSC Lions parla dei momenti salienti della sua carriera, del significato speciale di un mondiale in casa e del ruolo dell'allenamento nello sport ad alte prestazioni.

Con la tariffa 595 aggiornata e il nuovo standard di fatturazione 5.0, il settore fitness e salute in Svizzera si trova di fronte a un cambiamento significativo. Quello che inizialmente può sembrare un aumento della complessità nasconde in realtà un grande potenziale: maggiore trasparenza, processi più efficienti e un posizionamento più forte della prevenzione nel sistema sanitario. Nell'intervista informativa da pagina 30, Jasmin Rufer e Susanne Gysi Arrenbrecht spiegano perché il cambiamento vale la pena – e come i fornitori possono prepararsi al meglio già oggi.

Marcel Baumann si definisce il "dinosauro del settore fitness svizzero". Nell'intervista da pagina 34, l'ex personal trainer di Tina Turner spiega perché la personalità è decisiva nel personal training, mentre la competenza tecnica rimane la base imprescindibile per un successo duraturo.

L'evoluzione del nostro settore è illustrata anche dai dati chiave attuali dell'economia del fitness svizzera, i cui risultati principali riassumiamo per voi in modo compatto in questa edizione (da pagina 38).

Gli articoli specialistici di questa edizione offrono approfondimenti e spunti concreti su come integrare con successo gli sviluppi attuali nel proprio modello di business e trasformarli in vantaggi competitivi sostenibili. Tra questi figurano, tra gli altri, i contributi "Inside the Gym Choice: le esigenze dei clienti come base per offerte fitness orientate al futuro" (da pagina 70) e "Il laboratorio al polso – opportunità e limiti dei wearable" (da pagina 78).

L'eccellenza non è casuale – è il risultato di un'assistenza eccellente. La conseguenza strategica è evidente: gli investimenti nella formazione e nel perfezionamento non sono un'opzione, ma un dovere. Chi rafforza i propri collaboratori, rafforza l'intera azienda.

In questo spirito, vi auguriamo una buona lettura.

Cordiali saluti,
Yvonne Albers
Caporedattrice, FITNESS TRIBUNE



LE BRANDING DANS LE SECTEUR DU FITNESS: VALORISER LES MARQUES ET INSPIRER CONFIANCE

Chers lecteurs, chères lectrices,

Les marques sont omniprésentes au quotidien. Certaines tombent dans l'oubli en un rien de temps, tandis que d'autres persistent plusieurs générations durant et s'imposent comme des modèles de qualité, de fiabilité et de constance. Or, précisément dans le secteur du fitness, où innovations, tendances et mutations perpétuelles sont incontournables, il faut bien plus pour assurer la réussite qu'un studio moderne, un nouveau concept d'entraînement, ou une présence efficace sur les réseaux sociaux.

Le décès de Les Mills Senior a été un choc pour notre secteur qui a perdu, il y a quelques semaines, l'un de ses pionniers les plus illustres. Il laisse en héritage une marque qui, depuis des décennies, est synonyme de solidité, de communauté et d'excellence. L'œuvre de sa vie nous rappelle que les meilleures marques n'apparaissent pas du jour au lendemain, mais qu'elles partent d'une idée claire qui évolue ensuite de façon cohérente, et qu'elles reposent sur la confiance des personnes qui s'y identifient.

Et c'est justement ce dont nous allons parler dans ce numéro du FITNESS TRIBUNE. Le branding est bien plus que du design ou du marketing. Une marque solide oriente, crédibilise, et procure un sentiment de sécurité aux clients comme aux employés. Dans un marché de plus en plus compétitif et diversifié, la confiance devient un atout vital pour s'en sortir.

L'Hybrid Zone Rheintal fait partie des nouveaux venus dans le secteur du fitness de la vallée du Rhin. Dans l'entretien qu'ils nous accordent (p. XY et suivantes), Shelly et Maximilian expliquent comment ils ont concrétisé leur idée d'ouvrir leur propre studio et quelles difficultés ils ont rencontrées à ce moment-là. Ils reviennent également sur les opportunités qu'offre, selon eux, l'entraînement Hyrox®.

Le MYGYM Prime de Mondsee, en Autriche, est la vitrine de la marque MYGYM. Ce centre est l'incarnation même de la volonté d'évoluer constamment et d'innover, et se distingue par son histoire unique. Dans notre portrait (p. XY et suivantes), Conny Hörl vous dit pourquoi le centre revêt une importante toute particulière pour elle, et vous décrit les possibilités auxquelles le financement participatif donne accès pour les centres de fitness.

Lukas Fähndrich est l'un des rares arbitres suisses figurant sur la liste de l'instance mondiale à officier lors de compétitions internationales de l'UEFA et de la FIFA. Dans notre entretien (p. XY et suivantes), il revient sur son parcours jusqu'aux plus hauts sommets, décrit comment ses erreurs l'ont rendu plus fort, et explique pourquoi il ne se passe jamais de ses entraînements fractionnés, même lors de ses vacances en Thaïlande.

Thomas Küttner, responsable de l'expérience client et du numérique chez movemi AG, explique (p. XY et suivantes) quant à lui que des marques de fitness solides dépendent non de la publicité mais d'une expérience client cohérente, en ligne comme dans le monde réel.

Les systèmes de franchise peuvent faciliter l'entrée des entreprises sur le marché, favoriser la croissance et consolider les marques. Nico Suter, responsable du développement chez IRONBODYFIT Suisse, évoque (p. XY et suivantes) l'importance de la confiance, des normes et de la responsabilité d'entreprise, ainsi que des initiatives personnelles pour son activité de franchisé.

Dario Danubio et Alessandro Biassoni Schmitz, tous deux représentants de centres de fitness et de santé dirigés par leurs propriétaires, rejoignent aujourd'hui le comité de swiss active. À partir de la page XY, ils vous parlent de ce qui les a poussés à rejoindre l'association, des défis auxquels fait face le secteur suisse du fitness, ainsi que des dynamiques qu'ils désirent enclencher.

La deuxième édition des données clés du fitness dans les pays germanophones propose de nouveau une comparaison des marchés allemand, autrichien et suisse. À partir de la page XY, nous vous présentons les principaux indicateurs et mettons en relief les tendances actuelles de l'économie du fitness dans l'espace germanophone.

Pour bâtir une marque, il faut savoir ce qu'elle doit représenter. L'authenticité échappe à toute mise en scène. Elle est le fruit de valeurs vécues, d'un positionnement clair et d'une détermination renouvelée quotidiennement à tenir ses engagements.

Sincèrement,
Yvonne Alber
Rédactrice en

Sur ce, je vous souhaite une bonne lecture.

INSERENTENVERZEICHNIS

best4health GmbH	U2
EGYM SE	U1, 33
Fimex Distribution AG	11, 55
Fitness-Experte AG	94
gym80 International GmbH	U4
Jobform GmbH	U3
milon industries GmbH	25
Neogate AG	4
Qualitop	39
RKS GmbH	87
SAFS AG	37, 83, 85, 89, 93
SAFS Hochschule für Bewegungs- und Gesundheitsmanagement	75
Soledor AG	79

SCHULEN & BILDUNGSINSTITUTIONEN

www.safs.com

www.safs-hochschule.ch

www.dhfpg.de

www.fitspro.com

www.hws.ch

www.star-education.ch

www.swisspraevensana.ch

www.update-akademie.ch

VERBÄNDE

www.swissactive.ch

www.sfgv.ch

www.sptv.ch

www.bildungsorganisationen.ch

www.sptv.ch

INFORMATIONEN ZU ...

www.qualitop.ch

www.sfgv.ch


SAFS
SWISS ACADEMY
OF FITNESS & SPORTS
Dein Wissen.
Dein Erfolg.
Deine Karrierechance.
Eidg. Fachausweis
Eidg. Diplom
JETZT KARRIERE STARTEN
INFOS &
ANMELDUNG
safs.com

www.egym.com

Verlags- und Anzeigenadresse:
Fitness-Experte AG
Albisriederstrasse 226
8047 Zürich - Schweiz

Tel. +41 44 4048 026
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 78 335 86 89

Abo-Preis für die Schweiz:
CHF 40.- inkl. Versand

Abo-Preis für Deutschland & Österreich:
EUR 40.- inkl. Versand

Druckerei:
Prospektus Nyomda, Ungarn

© 1988-2026 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 2026

Ausgabe:	Einsendeschluss für Redaktion:	Einsendeschluss für Anzeigen:	Erscheinungsdatum:
Nr. 223 Oktober/November	02.09.2026	16.09.2026	3. Oktoberwoche 2026
Nr. 224 Dezember/Januar	28.10.2026	11.11.2026	3. Dezemberwoche 2026
Nr. 225 Februar/März	09.12.2026	13.01.2027	3. Februarwoche 2026

Anzeige

