FACHMAGAZIN FÜR FITNESS, WELLNESS & GESUNDHEIT IM DEUTSCHSPRACHIGEN EUROPA

DEUTSCHLAND € 5.- | ÖSTERREICH € 5.- | SCHWEIZ CHF 5.-

FITNESS TRIBUNE®

Nr. 180 | Juli / August 2019

TECHNOGYM BIOCIRCUIT

RÜCKBLICK FIBO UND BRANCHENTAG

fitnesstribune.com

▶ NEUE WEBSEITE | www.fitnesstribune.com

INTERVIEW RENÉ STOSS 24

FIBO REPORTAGE 30

Anzeige

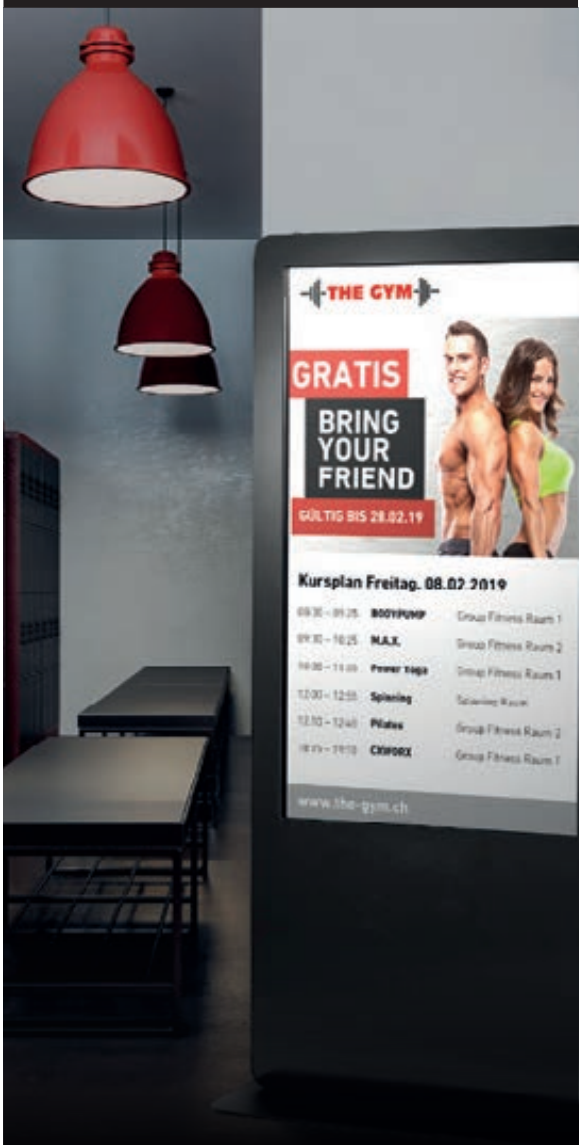
Echt jetzt ?!

Drucken Sie etwa immer noch Plakate und Flyer und verteilen diese in Ihren Studios?

Digitalisieren Sie die **Kommunikation** im Studio und informieren Sie Ihre Kunden ab sofort **schneller**, **direkter**, **persönlicher** mit einer professionellen

Digital Signage

Lösung von signactive GmbH.



signactive

www.signactive.ch/gymtv

BRANCHENTAG BERN 66

FITNESS- UND GESUNDHEITSCENTER DES JAHRES 72

BERNY HUBER KOLUMNE 78

DIE ZUKUNFT DER EINZELSTUDIOS LETZTER TEIL 108

Inhaltsverzeichnis

Editorial	17
Advertorial Technogym	18
Fitness News	22 | 47 | 52 | 123| 130
Interview René Stoss	24
Advertorial Matrix	28
FIBO Reportage	30
FIBO Innovation & Trend Award	36
European Health and Fitness Forum	38
World News	40
Fachartikel Kundenfeedback	42
Austria News	46 | 60
Kommentar	48
SAFS News	50
Manpower News	54
Fachartikel Personalmanagement Generation Z	56
Karin Albrecht Kolumne	64
BranchenTag Bern	66
Fitness- und Gesundheitscenter des Jahres	72
Fachartikel eCoaching	76
Berny Huber Kolumne	78
Aufstiegskongress 2019	80
Ronald Jansen Functional News	82
QualiCert News	84
Education News	86
Priska Hasler Kolumne	87
Advertorial milon und five	88
Felix Zimmermann Kolumne	90
Mountain Move Arosa	92
Fachartikel Ivy-Lee-Methode	96
Martial Arts News	98 | 100

Event News	102
Edy Paul Kolumne	104
Eric-Pi Zürcher Kolumne	106
Andreas Bredenkamp Kolumne	108
Hans Muench International	112
SFGV News	114
Peter Domitner Kolumne	116
Media News	118
Roger Wespi Kolumne	120
Product News	121
Groupfitness News	122
Cycling News	124
Peter Regli Kolumne	126
Swiss News	128
Svizzera italiana	132
Suisse romande	133
Kleinanzeigen	134
Termine und Adressen	135
Inserentenverzeichnis	136
Impressum	138

Anzeige

CONNECTED SOLUTIONS

MATRIX CONNECTED SOLUTIONS

Mit unseren Connected Solutions ermöglichen wir Ihnen als Studiobetreiber und Trainer den nächsten Schritt in das Studio der Zukunft. Individuelle, digitale Trainingsbetreuung, innovatives Gerätemanagement oder die Anbindung an ergänzende Trainingskonzepte wie elektronisch gesteuerte Zirkel oder Rücken- und Gelenkkonzepte, die Sie bereits in Ihrem Studio einsetzen oder planen, sind nur einige der Vorteile, die Ihnen Connected Solutions von Matrix bieten.
Ihre Mitglieder erhalten ein herausragendes Trainingserlebnis durch moderne Anmeldeverfahren, kontaktlos per RFID an unseren Cardio- sowie Kraftgeräten und können so auf ihre personalisierten Trainingspläne, ihren Facebook- oder Netflix Account, TV oder exklusive Trainingsprogramme zugreifen.

MATRIX

OFFIZIELLER FITNESSGERÄTE-AUSSTATTER

MATRIX

OFFIZIELLER LIZENZPARTNER

MATRIX

OFFIZIELLER PARTNER

MATRIX

DAS STUDIO DER ZUKUNFT

Die Schnittstelle zu Software-Lösungen für Mitgliederverwaltung ermöglicht Ihnen bequem Differenzierungen, z.B. einen erweiterten Status der Mitgliedschaft für die exklusive Nutzung sämtlicher Entertainment Funktionen der Geräte.

Zahlreiche individualisierbare Optionen, die mit Matrix Connected Solutions genutzt werden können, sind perfekt auf Ihre Bedürfnisse als Betreiber einer Fitness- oder Gesundheitseinrichtung zugeschnitten.

PLUS X AWARD
2019 ausgezeichnet für:
Innovation
Design
Bedienkomfort
Funktionalität
www.plusxaward.de

www.matrixfitness.eu
Matrix - Johnson Health Tech. GmbH | Europaallee 51 | 50226 Frechen | Tel: +49 02234 9997 100

DAS SMARTE TRAININGSKONZEPT FÜR SELBSTZAHLER

Machen Sie aus Patienten zufriedene Kunden.

Sicheres und effizientes Gesundheitstraining auf kleiner Fläche

- Unabhängigkeit von gesetzlichen Krankenkassen
- Kundenbindung durch ein langfristiges Trainingskonzept
- Individuelle Betreuung ohne gesteigerten Personalaufwand

eGym Schweiz
Zweigniederlassung Baar
Ruessenstrasse 12 | 6340 Baar
physio@egym.ch

eGYM
Physio
eGym live erleben!
Jetzt für einen unserer beliebten Physio Konzepttage anmelden:
physio@egym.ch

MILON
BOOST

UNSERE LÖSUNGEN FÜR IHREN BEDARF

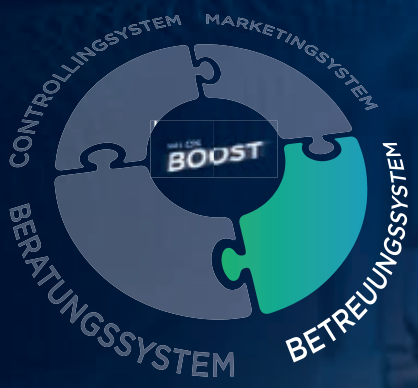
milon bietet Ihnen schlüssige Erfolgskonzepte mit System-lösungen, angepasst auf die individuellen Engpässe in Ihrer Einrichtung – Nutzen Sie noch heute die Beratungskompetenz unserer Experten.

Mehr erfahren unter
milonboost.com

VEREINBAREN
SIE IHREN PERSÖNLICHEN
BERATUNGSTERMIN –

LARS HARMS
Country Manager Schweiz
& five Suisse

Mobil +41 79 173 10 24
www.milon.ch



WEITERE KRAFTGERÄTE DER Q-SERIE

Q ABDUCTOR

Q ADDUCTOR

Q BUTTERFLY

Q BUTTERFLY REVERSE

Q ROTATOR

milon

DIE MAXIMALE FREIHEIT ENTDECKEN!

Q free

Q FREE FÜR DIE FREIE TRAININGSFLÄCHE – NEUE ZIELGRUPPEN ERREICHEN

NEU BEI DER SAFS

EXPERTE BEWEGUNGS- UND GESUNDHEITSFÖRDERUNG MIT EIDG. DIPLOM

WÄHLE AUS ZWEI FACHRICHTUNGEN

GESUNDHEITSCOACHING

ODER

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

START
JANUAR
2020
IHR KONTAKT FÜR
AUSBILDUNG UND STUDIUM
Lars Jenny
BERATUNG & SERVICE
Email: lars.jenny@safs.com
044 404 50 70
SAFS
SAFS AG
SWISS ACADEMY OF FITNESS & SPORTS
ALBISRIEDERSTRASSE 226
8047 ZÜRICH
WWW.SAFS.COM
In den Räumlichkeiten der SAFS befindet sich das offizielle Studienzentrum der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) in Zürich. Wir beraten Sie umfassend sowohl für Ausbildungen wie auch Bachelor Studiengänge im Bereich Bewegungs- und Gesundheitsförderung.
Deutsche Hochschule
für Prävention und Gesundheitsmanagement
University of Applied Sciences

WOODWAY Bootcamp 2.0

Viele erfolgreiche Clubs weltweit vertrauen bereits auf WOODWAY. Wollen auch Sie dazugehören?

Barry´s Bootcamp, David Lloyd's Blaze (weltweit) I Atomix (CH) I Saints & Stars, Health City, Peoples Place Gym (NL) I Studio Metamorphosis (USA) I Equinox (USA & UK) Urban Heroes, Classy Fitness Boutique (DE) und viele mehr.

WOODWAY 4Front-Laufbänder mit dem speziell für Bootcamps & Functional Training entwickelten Quickset-Display halten extreme Belastungen aus und sind sehr langlebig und wartungsarm.

Die FitBench ist die neueste Innovation im Functional Training. Die hochwertige und robuste Trainingsbank beinhaltet alles, was für ein effektives Workout benötigt wird und sorgt zudem für Ordnung auf der Trainingsfläche.

Das Wattbike bietet durch die Kombination eines einzigartigen Widerstandssystems, bestehend aus Magnetbremse und Luftwiderstand, die perfekte Voraussetzung für das HIIT-Training im Bootcamp.

Informationen zu unseren Produkten unter **www.domitner.com**

Domitner GmbH, Mülistrasse 18, CH-8320 Fehraltorf | Tel: +41 44 72 12 000 | office@domitner.ch

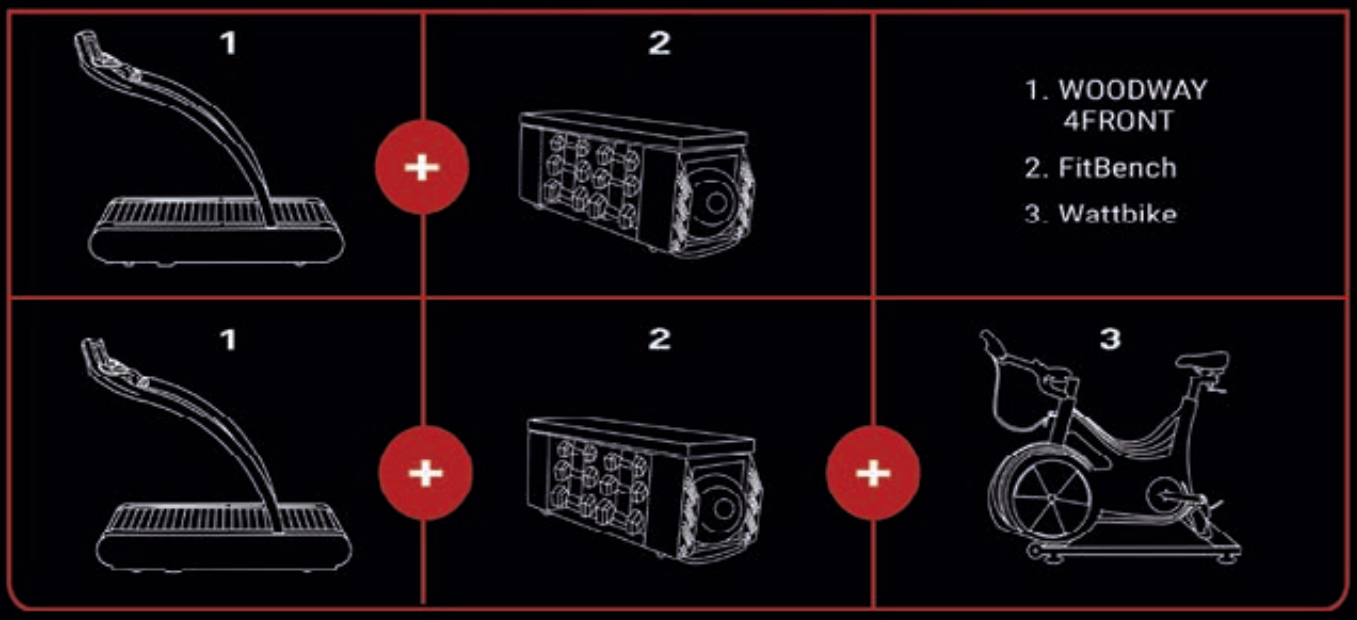
Domitner GmbH, Herrgottwiesgasse 149, A-8055 Graz | Tel: +43 316 27 12 00 | office@domitner.com

Burn Fat & create Fun!

In den Zeiten zwischen den Gruppeneinheiten haben die Mitglieder die Gelegenheit, das Bootcamp als multifunktionale Functional-Trainings-Landschaft zu nutzen.

Unter die Haut gehendes Entertainment kombiniert mit dem Verbrauch von 1.000 kcal in einer Trainingseinheit beflügelt die Gruppendynamik.

Ausstattungs-Varianten



WOODWAY
For The Long Run

Domitner
Your Partner for Health & Prevention

FITNESS, WELLNESS UND GESUNDHEIT

FITNESS SHOPPING | GROUPFITNESS | SHOWS & STARS | COMPETITIONS | BEAUTY & LIFESTYLE CONVENTION

FITNESS EXPO

VORVERKAUF:

ticketcorner.ch

www.fitnessexpo.ch

SAMSTAG SONNTAG 16. & 17. NOVEMBER 2019

BASEL ST. JAKOBSHALLE

Roger A. Gestach

10x Schweizermeister im Karate, 2x Europameister und Vize-Weltmeister im Team Shotokan, Träger des 3. Dan

In der Fitnessbranche seit 1993

Betriebsökonomie HFW, Fitness-Instruktor mit Eidg. Fachausweis, Bachelor of Arts in Fitnessökonomie, diverse Ausbildungen in Management/Marketing/Personalführung, u.a. CAS an der Uni St. Gallen

Mitinhaber einer Karate Schule aus der 1993 das erste Fitnesscenter in Sursee entstand

Inhaber und Geschäftsführer der TC Gruppe Innerschweiz AG mit vier grossen Fitnesscentern und drei Damenfitnesscentern

7 Jahre im Vorstand des SFGV

Gründer und langjähriger Geschäftsführer der ONE Training Center AG

info@fitnesstribune.com

Intelligenz ist die Fähigkeit, sich dem Wandel anzupassen!

Stephen Hawking, britischer Physiker und Astrophysiker

An der FIBO war deutlich zu spüren, dass die Digitalisierung auch vor der Fitnessbranche keinen Halt macht. Jeder Gerätehersteller zeigte an der Messe seine möglichen Lösungen hierfür. Ich bin überzeugt, dass die Digitalisierung die Arbeit in den Fitnesscentern massiv beeinflussen und wandeln wird. Was an der FIBO sonst noch los war, finden Sie in dieser Ausgabe.

Zwischen dem Drucktermin der letzten und dieser FITNESS TRIBUNE fanden nebst der FIBO zwei weitere hochkaratige Events statt: Das Mountain Move in Arosa und der BranchenTag in Bern. Der BranchenTag des SFGV darf aus Schweizersicht sicher als eines der Highlights des Jahres gezählt werden. Ehrenpräsident Roland Steiner überraschte an der Mitgliederversammlung mit einer gewagten Idee für die Zukunft des Verbandes. Beim neuen Award des SFGV und der FITNESS TRIBUNE wurde der Fitnesstreff Niklaus in Reinach zum Fitness- und Gesundheitscenter des Jahres 2019 gewählt.

Wie fit sind Sie? Lesen Sie die Antwort in der provokativen Kolumne von Berny Huber. Alles hat ein Ende; darum finden Sie in dieser Ausgabe den letzten Teil der Serie von Andreas Bredenkamp „Zukunft der Einzelstudios". Gibt es bald die Bewegungspille? Auf was ist bezüglich Personalführung bei der Generation Z zu achten und wie kämpft man gegen einen italienischen Bären? Dies alles gibt es für Sie exklusiv nur hier.

Übrigens weitere Branchenevents folgen bald, wie z. B. die SAFS Convention in Zürich, die nach einigen Jahren Pause wieder stattfindet oder die FitnessEXPO in Basel.

Viel Spass beim Lesen!

Herzlichst, Ihr

Roger Gestach

BioCircuit vs SkillAthletic

Trainings-Formate für unterschiedliche Kundenbedürfnisse

Seit Jahren wächst der Fitness- und Gesundheitsmarkt. Immer mehr Menschen gehen ins Fitnessstudio, wollen etwas für ihre Gesundheit tun, Gewicht verlieren oder einfach allgemein aktiver werden. Und mit steigender Nachfrage wird auch das Angebot immer grösser: In den letzten drei Jahren ist die Anzahl der Fitnesscenter in der Schweiz um 30 Prozent gestiegen.

In diesem Markt wird es für das einzelne Unternehmen immer wichtiger, sich von der breiten Masse abzuheben. Im Vergleich zu früher, tendieren deswegen heute mehr Fitnesscenter dazu, sich auf eine der folgenden zwei Ausrichtungen zu spezialisieren:

Gesundheit- und medizinisch-orientiertes Training ODER sportspezifisches Leistungstraining

Den richtigen Partner finden

Egal, wie sich ein Fitnesscenter orientiert: Sowohl für den Aufbau als auch den Betrieb eines Unternehmens ist es wichtig, starke Partner an seiner Seite zu haben. Nach der Planung und Einrichtung eines Fitnesscenters unterstützen sie die Betreiber weiter, sowohl im technischen als auch im kommunikativen Bereich.

Technogym ist genau ein solcher Partner: Das italienische Unternehmen verfügt über mehr als 35 Jahre Erfahrung in der Fitness- und Wellnessbranche, bietet eine umfassende Produkt- und Dienstleistungs-Palette und legt grossen Wert darauf, seine Kunden langfristig zu begleiten und zu unterstützen.
Mit den Produkten BioCircuit und SkillAthletic deckt Technogym die beiden Haupttrends der Fitnessbranche ab.

BioCircuit

BioCircuit ist eine innovative Zirkeltrainingslösung und -methode, die ein personalisiertes Workout bietet, um Benutzern das Erreichen ihrer Ziele in kurzer Zeit zu ermöglichen. Das geführte Programm bietet eine ansprechende Erfahrung, die keine Anpassungen oder Wartezeiten erfordert.

Gerade im Gesundheitsbereich wird das Zirkeltraining oft und gerne angewandt.

Personalisierte Profile
Mit dem BioCircuit kann der betreuende Trainer die Übungen, die Arbeitsbelastung, Arbeits- bzw. Ruheverhältnis und das Tempo definieren und in einem personalisierten Profil abspeichern. Der Kunde führt dann selbstständig sein Training durch, während der Trainer alle Daten jederzeit einsehen und verwalten kann.

ONE LOGIN - Digital und einfach

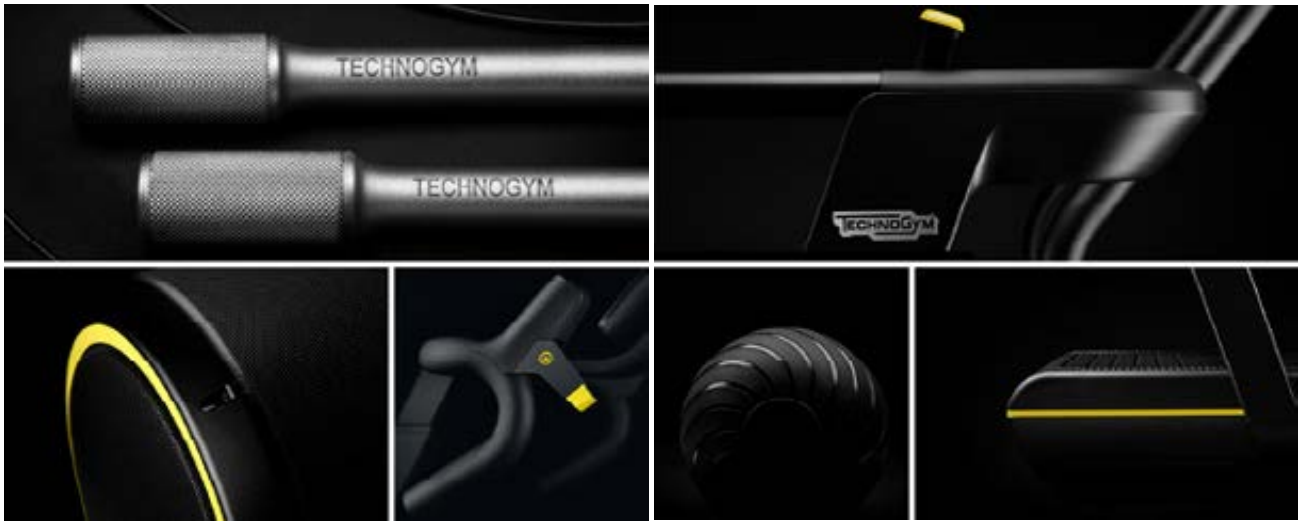
BIODRIVE
Je nach Konfiguration ist BioCircuit ein reines Krafttraining oder eine Mischung aus Ausdauer- und Krafttraining. Anstelle eines klassischen Gewichtsblocks sind die Kraftgeräte mit dem BIODRIVE ausgestattet. Diese Motorsteuerung kann alle Phasen der Bewegung, sowohl konzentrisch als auch exzentrisch, ausgleichen und die Belastung entsprechend anpassen. Ausserdem verfügt BioCircuit über ein motorisiertes Sitzverstellsystem, um eine möglichst optimale Körperhaltung zu garantieren.

SkillAthletic

SkillAthletic basiert auf Technogym's Erfahrung als offizieller Ausstatter der letzten sieben Olympischen Spiele und der Zusammenarbeit mit unzähligen Athleten.

Es ist ein vollständig entwickeltes Geschäftsmodell und kann entweder als einzelnes Konzept geführt oder in ein bestehendes Fitnessstudio integriert werden.

Das Gruppentrainings-Format ist für alle geeignet, die ihre athletischen Fähigkeiten trainieren und ihre Leistung steigern wollen.



Skill Line

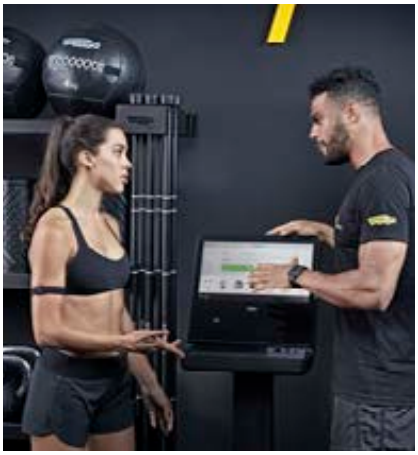
Die Basis für SkillAthletic bildet das Equipment der Skill Line: Skillmill, Skillrow, Skillrun, Skillbike und Skilltools. Diese Geräte wurden gemeinsam mit Athleten für Athleten entwickelt und erlauben sportspezifisches Leistungstraining.

Entsprechend trainiert SkillAthletic die vier Grundfähigkeiten sportlicher Leistung:

- **Geschwindigkeit**, um Bewegungen schnell auszuführen und Strecken in kürzester Zeit zurückzulegen
- **Kraft** für explosive Beschleunigung in der ersten Phase der Bewegung
- **Ausdauer**, um den Output über längere Zeit aufrecht zu erhalten
- **Agilität** zur Verbesserung der Koordination und neuromuskulären Effizienz

Für alle geeignet

Um den Bedürfnissen unterschiedlicher Kunden gerecht werden zu können, sind mit SkillAthletic unterschiedliche Programme möglich, die sich auf eine oder mehrere Grundfähigkeiten konzentrieren. Täglich werden neue Programme kreiert und den Betreibern zur Verfügung gestellt; es sind mehr als 1000 pro Jahr.



All-in-one

SkillAthletic baut auf dem Zusammenspiel von sechs Faktoren auf:

- Das **Equipment** der Skill Line ist sowohl für Ausdauer- als auch Krafttraining geeignet
- Die **digitale Lösung** umfasst die Einbindung von Pulsgurten und eine eigene App, über die Teilnehmer auf ihre Trainingsdaten zugreifen können
- Die zur Verfügung gestellten **Programme** erlauben es dem Kursleiter, sich ganz auf die Betreuung der Teilnehmer zu konzentrieren
- Um die Skillathletic-**Methode** richtig anwenden zu können, werden Trainer im Technogym Wellness Institute geschult
- Das **Design** der SkillAthletic Umgebung erschafft ein eindringliches Erlebnis, das Teilnehmer dazu motiviert, an ihre Grenzen zu gehen.
- Ein komplettes **Marketing**-Paket unterstützt das Fitnesscenter bei der Einführung des Formats und der Kundenbindung

www.technogym.com

TECHNOGYM®

The Wellness Company

Fimex Distribution AG
Exclusive Distributor for Switzerland
Werkstrasse 36, 3250 Lyss
info@fimex.ch, +41 32 387 05 05

Business Modell SkillAthletic

Die Nachfrage nach Abwechslung und Erlebnis-orientierten Workouts ist gleichzeitig eine Herausforderung und eine Chance

Vom spezialisierten Personal-Training-Studio bis zum riesigen Fitnesscenter mit Komplettangebot: Betreiber verbessern ständig ihr Angebot, um neue Mitglieder zu gewinnen und sie zu halten. Dabei suchen sie nach neuen Konzepten, die ihre Nutzer begeistern und den Umsatz steigern. Im Mittelpunkt des Erfolgs solcher Konzepte steht die Fähigkeit, ein Gemeinschaftsgefühl zu erzeugen, ein Erlebnis zu schaffen, an dem die Kunden teilhaben und das sie mit ihren Freunden teilen wollen.

Ein neues Konzept

Skillathletic ist die neue Trainingserfahrung, die Technogym basierend auf seiner Erfahrung als offizieller Lieferant der letzten sieben Olympischen Spiele und der Zusammenarbeit mit einigen der besten Teams und Athleten der Welt entwickelt hat.

Skillathletic wurde von Technogym's wissenschaftlichem Forschungsteam mit Hilfe von Spitzentrainern entwickelt und zielt darauf ab, die sportliche Leistung zu verbessern, indem es eine breite Palette von Trainingseinheiten anbietet, die auf den vier Schlüsselqualifikationen des Skillathletiktrainings – Power, Agility, Speed und Stamina – basieren. Das Geschicklichkeitstraining kann in verschiedenen Schwierigkeitsgraden durchgeführt werden, so dass Menschen mit unterschiedlichem körperlichen Fitnessniveau an derselben Klasse teilnehmen können. Die Umgebung, die Ausrüstung und die Programme sind integraler Bestandteil des Konzepts.

Investieren Sie jetzt

Seien Sie einer der Ersten, der das neue Skillathletic-Format anbietet, sei es als Shop-in-Shop-Konzept oder als eigenständige Boutique.

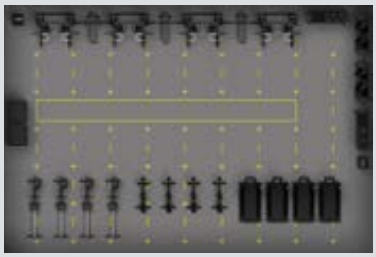
Technogym steht Ihnen von der Planung über die Realisierung bis zum Betrieb als Partner zur Seite und unterstützt Sie in allen Belangen.

Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns eine E-Mail, wir beraten Sie gerne!
+41 32 387 05 05 | info@fimex.ch

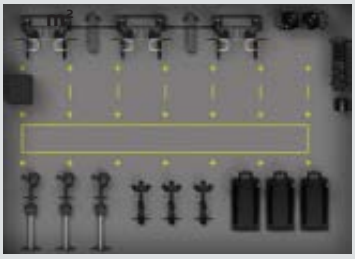
Fimex Distribution AG
Exclusive Distributor for Switzerland
Werkstrasse 36, 3250 Lyss

Das Layout

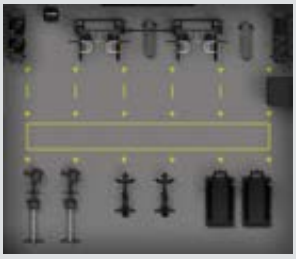
passen wir an Ihre Bedürfnisse und Platzverhältnisse an und schaffen damit eine individuell auf Sie abgestimmte Lösung.



150 m² — 24 Personen



90 m² — 18 Personen



75 m² — 12 Personen

Mountains & Hills übernimmt Five-Konzept

Die Mountains & Hills Gruppe, eine Schweizer Investment- und Beteiligungsgesellschaft, hat die im deutschen Schwarzwald ansässige Five-Konzept GmbH &Co. KG vollständig übernommen. five ist eines der führenden Qualitätsunternehmen im Bereich Prävention und Rehabilitation von Rücken- und Gelenkerkrankungen. Die innovative five-Methode wurde auf Basis wissenschaftlicher Erkenntnisse über die letzten Jahre begründet und kontinuierlich weiter entwickelt. Mit dem hauseigenen Geräteparcours fertigt und vertreibt five Hilfsmittel sowie Werkzeuge für ein ausgewogenes Training. Anhand der erstellten Übungen und den dazugehörigen Geräten verhilft das Unternehmen somit den Menschen weltweit zu mehr Lebensqualität.

Mountains & Hills plant mittelfristig den Aufbau eines komplementären Beteiligungsportfolios an Firmen, die mit innovativen Produkten und Dienstleistungen ihren Kunden die individuelle Umsetzung eines gesunden Lebensstils ermöglichen. Dafür hat sie eigens das Beteiligungsvehikel Mountains Health gegründet. Der Umsatz des Gesamtportfolios soll im Jahr 2021 rund 100 Millionen Euro betragen. Der befindet sich aktuell bei weiteren Targets in der Due Diligence (vertiefte Prüfung des Zielunternehmens), bzw. Signing-Phase (Vertragsunterzeichnung), so dass noch im ersten Halbjahr 2019 mit weiteren Portfoliozugängen zu rechnen ist.

Mountains & Hills Gruppen-CEO Oliver Fiechter: «Die Integration von five ist ein weiterer folgerichtiger Schritt, um mittelfristig die gesamte Wertschöpfungskette eines integrierten Gesundheitsdienstleisters abdecken zu können. Unser Ziel ist es, unseren Kunden nicht nur einzelne Produkt- und Serviceleistungen. sondern massgeschneiderte Systemlösungen anzubieten.»
Mountains Health entwickelt die akquirierten Unternehmen nach einem holistischen Ansatz weiter mit dem Ziel, ihr Wachstum nachhaltig zu entwickeln. Die vier Wachstumsstufen sind:

1. Konsolidierung der Supportprozesse der Portfolio-Unternehmen, um das Volumen zu steigern und Synergien zu schaffen.
2. Steigerung des Kundennutzens für Fitnessstudio-Betreiber und Physiotherapeuten durch die Umsetzung von individuellen Systemlösungen aus einer Hand.
3. Entwicklung und Etablierung von Vertriebsinnovationen für eine rasche Ausbreitung in neue Märkte.
4. Nutzung des Potentials aus Basisinnovationen, die sich durch die Digitalisierung und durch strukturelle Veränderungen der Gesundheits- und Fitnessbranche ergeben.

«Die einzigartige strategische Ausrichtung, die vielseitigen Management-Fähigkeiten und finanziellen Potentiale der Mountains & Hills-Gruppe ermöglichen es uns, neue Ideen zu entwickeln, Innovationen umzusetzen und das Wachstum von five konsequent voranzutreiben», so Wolf Harwath, Gründungsgesellschafter und Co-Geschäftsführer der Five-Konzept GmbH & Co. KG. Wolf Harwath und sein Partner Christoph Limberger werden als Vorstandsmitglieder der Mountains Health AG weiterhin für die Marke five verantwortlich zeichnen.

Fitnesscenter und Sportler möchten Krafttrainings- und Fitnessgeräte, die ihnen einen Vorteil verschaffen. Dies ist der Fokus von HOIST® Fitness seit über 35 Jahren. Durch die Zusammenarbeit mit Anlagenbetreibern, Physiologen und Industrieexperten, liefert HOIST einzigartige Produkte für eine überlegene Leistung kombiniert mit einem stilvollen Design.

Mit Produktlinien wie der ROC-IT Selectorized und ROC-IT Plate Loaded mit einzigartiger und patentierter ROX® (Ride-Oriented-Xercise)-Technologie ist klar, warum HOIST als ein zuverlässiger Partner der renommiertesten Fitnesscenter-Ketten, professionellen Ausbildungsstätten und Universitäten auf der ganzen Welt gilt.

ROC-IT Selectorized

MotionCage

ROC-IT Plate Loaded

Shark Professional Fitness
Landstrasse 129 · 5430 Wettingen
Tel: 056 427 43 43 · Fax: 056 426 60 10
E-Mail: info@sharkfitness.ch

The Shark Fitness Company

www.sharkprofessional.ch

Die alte Truppe ist zurück! Soledor übernimmt INKO-Vertrieb in der Schweiz

René Stoss, Sabine Bürgin, Fabio Petraglia und Roberto Alessio

René Stoss war über 25 Jahre Geschäftsführer der Inko Sports AG Schweiz und war das Gesicht der Premium Marke. Er hat INKO in der Schweiz zusammen mit seinem Team zu der führenden Premiummarke im Bereich Nahrungsergänzung für Fitnesscenter etabliert und nachhaltig geprägt. Anfangs 2014 haben sich INKO und René Stoss getrennt. INKO führte fortan die Geschäfte in der Schweiz selber weiter und René Stoss übernahm die Firma Soledor AG.

Und nun die Überraschung: Die Inko Sports AG hat sich entschieden, den Vertrieb ihrer Produktpalette per 1. Mai 2019 an die Soledor AG zu übergeben. René Stoss und sein Team übernehmen somit die exklusive Handelsvertretung sämtlicher InkoSpor-Produkte für die ganze Schweiz. René Stoss als Geschäftsführer der Firma Soledor war es ein grosses Anliegen, die Mehrheit des Personals der Inko Sports AG zu übernehmen, was ihm auch gelungen ist.

Durch diese Übernahme ist die Soledor AG nun noch breiter aufgestellt und verfügt mit Roberto Alessio, Fabio Petraglia und Sabine Bürgin über ein schlagkräftiges Verkaufsteam welches von einem kompetenten Innendienst unterstützt wird.

Roger Gestach im Gespräch mit René Stoss:

RG: René wie fühlt es sich an, nach mehr als 5 Jahren wieder mit den

InkoSpor-Produkten unterwegs zu sein?

RS: Es kam alles sehr überraschend für mich. Dennoch führt diese Entscheidung zu einer sehr positiven Entwicklung der Soledor AG und ich schätze das in mich gesetzte Vertrauen der INKO-Geschäftsführerin Frau Angelika Müller wirklich sehr.

RG: Wie lange dauerten die ganzen Vertragsverhandlungen?

RS: Die Gespräche fanden alle in diesem Jahr statt und wir haben bereits die Büroräumlichkeiten und Lager zusammengelegt. Somit sind wir jetzt wieder an unserem «alten» Standort in Bubendorf tätig.

RG: Was ändert sich für die Kunden, welche die InkoSpor-Produkte nun über die Soledor AG beziehen?

RS: Wir haben die Preise analysiert, eine neue Preisliste erstellt und die Rabattstruktur angepasst. Dadurch werden die Preise sowohl für die Wiederverkäufer als auch für die Endverbraucher interessanter.

RG: Wie wird die Soledor AG in Zukunft auftreten?

RS: Wir wollen durch diese Übernahme unser Wachstum weiter steigern und die Fitnesscenter mit unserem erweiterten Produktesortiment als verlässlicher Partner unterstützen.

Mit unserem Bodyshake®-Eiweissautomaten sind wir heute in der Lage unseren Kunden den automatisierten Eiweiss-Shake näher zu bringen. Viele Betreiber, welche bereits mit dem Erfolgskonzept von Bodyshake® arbeiten, berichten, dass sie nun wieder Zeit für das Eigentliche haben: Nämlich die Betreuung ihrer Kunden. Die Shakeverkäufe nehmen wieder zu und durch die cloudbasierte Management-Suite behält man die aktuellen Verkaufszahlen jederzeit unter Kontrolle. (Anmerkung: Durch den Einsatz des Bodyshake®-Automaten kann im Kanton Genf auf das aktuell zwingend nötige Wirte-Patent verzichtet werden)

Bei unserem MetaCheck fitness® handelt es sich um eine genetische Analyse des Stoffwechsels mit welcher der persönlich definierte Metabolismus-Typ ermittelt werden kann. Das Ergebnis des von den Wissenschaftlern entwickelten MetaCheck fitness® liefert als einfache und verständliche Darstellung den entsprechenden Meta-Typ. Damit können die Ernährung und die sportliche Aktivität auf die genetische Veranlagung abgestimmt werden.

Die Soledor AG will weiterhin ein starker Partner für die Fitnessbranche sein, alles aus einer Hand, mit flachen Hierarchien und kurzen Entscheidungswegen. Deshalb freut es mich sehr, dass ich auf ein zuverlässiges und eingespieltes Team und langjährige Partnerschaften zählen kann, denn mit diesen schaffen wir die Voraussetzung für eine gemeinsame erfolgreiche Zukunft.

RG: Seit rund 2 Jahren erhält man an Tankstellen und Supermärkten Eiweissprodukte. Wie geht ihr mit dieser neuen Konkurrenz um?

RS: Da wir unsere Preise bereits angepasst haben empfinden wir diese ▶

Entwicklung eher als positiv. Eiweissprodukte haben sich mittlerweile im Markt auf breiter Ebene etabliert und dadurch steigt auch ständig die Nachfrage nach weiteren Produkte-Innovationen. Von diesem Trend profitieren schlussendlich auch die Fitnesscenter mit besseren Abverkäufen.

RG: Wie unterstützt ihr eure Wiederverkäufer im Markt?

RS: Da wir heute über ein sehr umfangreiches Sortiment verfügen, können wir unsere Kunden mit massgeschneiderten Verkaufsaktivitäten unterstützen – Kühlschränke, Automaten und Getränkeanlagen runden diesen Service ab.

RG: Was gibt es Neues bei MihaBodytec?

RS: Das neue i-body Elektrodensystem ist jetzt auch in der Schweiz erhältlich. Das i-body Elektrodensystem sorgt in Verbindung mit der miha bodytec Trainingskleidung für das optimale Trainingsgefühl. Durch schnelles Anlegen, die einfache Reinigung und eine lange Haltbarkeit werden alle Anforderungen an eine hochfrequente gewerbliche Nutzung erfüllt.
Nicht neu, aber immer noch Thema Nr. 1: SAFETY FIRST!
Bei der EMS-Anwendung spielt vor allem das Thema Sicherheit eine grosse Rolle. Die aktuellen wissenschaftlichen Studienergebnisse zeigen ganz klar, was alles für einen sicheren Einsatz der Technologie wichtig ist. Die Richtlinien wenden sich sowohl an den Anwender wie auch den Betreiber und Trainer.
Die Betreiber/Trainer können sich nun seit fast einem Jahr auch bei QualiCert zertifizieren lassen. ■

Die Markenwelt von Soledor:

Exklusive Generalvertretung ganze Schweiz:

- Activisan®
- BODYSHAKE®
- DNA WEIGHT CONTROL
- ENERVIT / enerZona
- Inkospor
- MetaCheck fitness®
- MetaCheck POWER®
- mihabodytec
- XPN

Weitere Marken ergänzen das Sortiment:

- BIODY COACH ZM
- BODYSTYLE®
- Chiefs®
- FOCUS WATER
- Momentum®
- SAN CLEMENTE

SOLEDOR®

www.soledor.ch

ALLE WOLLEN IHN

SO LECKER, LOCKER, LEICHT UND CRUNCHY, DASS SIE IMMER VORRAT HABEN SOLLTEN

inkospor® X-TREME LOW SUGAR RASPBERRY –
der **neue Proteinriegel mit Himbeer-Geschmack**

- mit 40% Protein
- mit weisser Schokolade (19%) überzogen
- mit Süssungsmitteln
- zuckerarm

Auch erhältlich in den Geschmacks-richtungen Schokolade und Vanille.

Also, gleich bei Ihrem INKO Aussendienstmitarbeiter oder telefonisch unter 061 926 87 77 bestellen!

inkospor® X-TREME®

www.inkospor.com

SOLEDOR®

SOLEDOR AG, Grüngenstrasse 19, CH-4416 Bubendorf - info@soledor.ch

Beim Deutschland Cup im November traf Deutschland unter anderem auf die Schweiz

Matrix Partner des Spitzensports

Fitness und Gesundheit gehören zu den entscheidenden Faktoren im Leistungssport. Von der Nachwuchsförderung bis zur A-Nationalmannschaft stattet Hersteller Matrix Trainingslager und Bundesstützpunkte von zahlreichen Vereinen und Verbänden mit Fitness-Equipment aus. Wenn die Spieler der deutschen Fussballnationalmannschaft oder des deutschen Eishockey-Teams an Matrix-Geräten trainieren, gilt es, den hohen Ansprüchen an Qualität und Innovation ebenso gerecht zu werden wie durch einen zuverlässigen, kompetenten Service zu überzeugen.

Der Deutsche Fussball-Bund hat gerade seine Partnerschaft mit Matrix als „Offiziellem Fitnessgeräte-Ausstatter" um weitere zwei Jahre verlängert. Ebenso darf Matrix sich „Offizieller Partner des Deutschen Eishockey-Bundes e.V." und „Offizieller Lizenzpartner des Deutschen Basketball-Bundes" nennen. Die Liste der Kooperationen liesse sich ergänzen um weitere Sportarten wie Handball, Tennis oder Tischtennis.

Kraft, Ausdauer, Functional - mit Vielseitigkeit kann Matrix alle Anforderungen erfüllen

So unterschiedlich die Trainingsschwerpunkte und Methoden der verschiedenen Sportarten auch sein mögen, so deutlich wird, dass Matrix breit genug aufgestellt ist, um in allen Bereichen das passende Equipment bereitzustellen. Durch ein spezifisches Fitnesstraining, können Sportprofis den Belastungen besser standhalten sowie einen gezielten Muskelaufbau realisieren. Selbstverständlich spielen nicht nur die zuverlässige Qualität der Geräte eine entscheidende Rolle, sondern ebenso die kompetente, bedarfsorientierte Beratung sowie der allzeit verlässliche Service.

DEB-Marketingleiter Robert Schütt erklärte die Gründe für die Partnerschaft folgendermassen: „Unser Ziel und Ansporn sind bestmögliche Bedingungen für alle Nationalspielerinnen und -spieler. Die Partnerschaft mit Matrix bildet einen weiteren Baustein auf diesem Weg. Mit den Premium-Rädern und Laufbändern schaffen wir einen einheitlich hohen Standard und damit einen echten Mehrwert für unsere aktiven Nationalspieler.

Matrix ist darüber hinaus ein sportbegeisterter, sehr interessanter Partner und wir freuen uns sehr auf die künftige, langfristige Zusammenarbeit."

Volker Lichte vor dem Fitnesszelt der deutschen Fussball Nationalmannschaft

Zuverlässigkeit zählt, ob bei einer WM oder im „Daily Business"

Dipl. Sportwissenschaftler Volker Lichte ist als Key Account Manager Performance & Sport Clubs bei Matrix verantwortlich für die Ausstattung der Nationalmannschaften und stets in engem Kontakt mit den Athletiktrainern und Spielern der Teams. „Die Liste der Kooperationen zeigt, dass man uns im nationalen Spitzensport vertraut in Bezug auf die Qualität der Geräte, die Zuverlässigkeit in der Abwicklung, die langjährige Erfahrung und die Synergie in einer Partnerschaft — also die Grundpfeiler für eine erfolgreiche Zusammenarbeit, nicht nur mit den Nationalmannschaften, sondern vor allem auch im täglichen Business. Denn egal ob unser „Kunde" ein Fitnessclub oder die Nationalmannschaft ist, wir möchten nicht nur das innovativste und vielseitigste Equipment anbieten, sondern auch durch unsere Zuverlässigkeit überzeugen. Im Spitzensport muss die Fitness gerade während der Vorbereitungsphase und im Turnierverlauf auf den Punkt passen und dabei möchten wir optimal unterstützen."

Aktuell bietet der DFB den Spielern erneut optimale Trainingsmöglichkeiten durch Matrix-Geräte im Fitnesszelt und nach dem dem gleichen Prinzip wie schon zur Fussball-WM in Russland ist das Matrix Team zurzeit verantwortlich für die Fitnessgeräteausstattung der Frauen-Fussballnationalmannschaft und der U21.

Sowohl in der Vorbereitung als auch in der Turnierphase der WM in Frankreich und EM in Italien können die Athleten somit auf den Punkt an Matrix Fitnessgeräten trainieren und regenerieren.

Dazu Oliver Bierhoff: „Bei der Entscheidung, die Kooperation mit Matrix Fitness als ‚offizieller Fitnessgeräte-Ausstatter' zu verlängern, waren für uns die durchweg positiven Erfahrungen mit den Matrix Fitnessgeräten, als auch die einwandfreie logistische Abwicklung ausschlaggebend. Wir freuen uns auf eine weitere partnerschaftlich geprägte Zusammenarbeit in dem wichtigen Segment Fitness- und Athletiktraining."

Auch der Athletiktrainer der deutschen Basketball-Nationalmannschaft, Arne Greskowiak, schätzt nach eigenen Angaben die tolle Zusammenarbeit mit Matrix. Neben den umfassenden Trainingsmöglichkeiten, die Matrix sowohl im Cardio als auch im Kraftbereich bietet, war es Arne Greskowiak auch wichtig, dass er sich auf den Service sowie den Aufbau der Geräte verlassen, und die Logistik komplett dem Matrix-Team überlassen kann.

Dass er dem Team und den Geräten von Matrix vertrauen kann, das wusste Arne Greskowiak schon, bevor die Zusammenarbeit mit dem Deutschen Basketball-Bund zustande kam. Der Kölner Athletiktrainer betreut neben den deutschen Basketballern auch die Handballer des VFL Gummersbach und das Eishockey-Team der Kölner Haie. Bereits hier kam es zur Zusammenarbeit mit Matrix.

Spielszene beim Supercup in Hamburg

Transfer vom Spitzensport auf das Training im Fitnessclub

Die Erkenntnisse aus dem Profisport liefern Matrix darüber hinaus wertvolle Impulse, die bei der Beratung im Fitness- und Gesundheitssegment einfliessen. „Schliesslich ist jedes Mitglied im Prinzip ein Athlet, und es kommt nur darauf an, jeden Einzelnen auf seinem individuellen körperlichen Niveau abzuholen und die Voraussetzungen zu schaffen, um sich effektiv weiterentwickeln zu können. Alles gemessen an den realistischen Zielen, die jeder für sich steckt", resümiert Volker Lichte.

Fotorechte: Deutscher Eishockey-Bund e. V. (DEB)/City-Press GmbH und Volker Lichte, Johnson Health Tech.

Die Spieler der Eishockey Nationalmannschaft beim Ausdauertraining auf Matrix Indoor Bikes

Höhere Internationalität – steigende Besucherzahl: 145’000 Besucher aus 133 Nationen kommen nach Köln

„It’s the business, stupid" — es ist das Geschäft, das die weltweite Fitnessbranche zur FIBO nach Köln kommen lässt. So bringt es ein Studiobetreiber aus Miami auf den Punkt. Treffender lässt sich das kaum beschreiben: Denn mit Fachbesuchern aus 133 Nationen (Vorjahr: 121) unterstrich die FIBO eindrucksvoll, dass sie der weltweit grösste und wichtigste Treffpunkt der Branche ist, auf dem Trends vorgestellt und Investments in einer Grössenordnung von mehr als zwei Milliarden Euro getätigt werden. „Here's the beef", gibt der Mann aus Florida grinsend zu Protokoll.

Kaufkraft von mehr als 2 Mrd. Euro

Eine Summe, die schnell zusammenkommt, wenn wie in diesem Jahr 145’000 Besucher nach Köln kommen, 2’000 Besucher mehr als im Vorjahr. Unter ihnen mehr als 84’000 Fachbesucher, die aus allen Teilen der Welt anreisen, Neuheiten sichten, den Markt sondieren und „big business" für die Ausstattung ihrer Studios, Anlagen und Praxen tätigen. Gut jeder dritte Fachbesucher kommt mit konkreten Investitionsabsichten und schliesst auf der FIBO entsprechende Kaufverträge ab. Durchschnittlich 77’000 Euro beträgt das Einkaufsvolumen. Bei den Privatbesuchern sind es im Mittel 125 Euro.

Weltweit wichtigster Handelsplatz der Branche

„Damit ist die FIBO der weltweit wichtigste Handelsplatz für die Branche", sagt FIBO-Chefin Silke Frank vom Veranstalter Reed Exhibitions. „Die Zielsetzung, den Business-Charakter der FIBO durch den Ausbau der Internationalität weiter zu steigern, ist voll aufgegangen. Das Line-up der in Köln vertretenen Nationen ist beeindruckend. Der Stellenwert der FIBO nimmt von Jahr zu Jahr zu." Die Liste der Nationen reicht einmal um die ganze Welt: von Australien über China, Thailand und Indien bis nach Brasilien und den USA, durchzieht Europa von Schweden bis nach Sizilien und von dort über Kenia bis nach Südafrika.

Restlos ausgebucht: 1’105 Aussteller belegen verfügbare Ausstellungsfläche

Diese hohe Internationalität — gleichbedeutend mit hoher Entscheidungskompetenz — spürten auch die 1’105 Aussteller, die aus 49 Nationen an den Rhein gekommen waren und die verfügbare Ausstellungsfläche von 160’000 Quadratmetern restlos belegten. Mehr als die Hälfte der Unternehmen — genau 57 Prozent — kommen aus dem Ausland und unterstreichen auch hier die Rolle der FIBO als internationale Leitmesse. In der Nationenwertung weit vorn liegen die Länder, die weltweit zu den Pacemakern im Fitnessmarkt zählen — Deutschland (478 Aussteller), China (103), die USA (52), die Niederlande (44), Polen (43) sowie Grossbritannien (37), Italien (36) und Spanien (27).

„Im Zuge unserer globalen Strategie mit Veranstaltungen der FIBO in China, den USA, Südafrika und Mexiko mobilisieren wir ebenso internationale Kunden für die FIBO in Köln", sagt Hans-Joachim Erbel, CEO des Veranstalters Reed Exhibitions Deutschland, zum Abschluss der FIBO, deren letzter Tag — der 7. April — bezeichnenderweise Weltgesundheitstag war. „Gleichzeitig", betont Erbel, „stimmen die Rahmenbedingungen: Das Investitionsklima ist gut, die Marktentwicklung weiterhin dynamisch, die Bereitschaft, Geld für die eigene Gesundheit und Fitness auszugeben, nimmt zu."

CEOs aus aller Welt beim «Davos» der Fitnessbranche

Eine Einschätzung, die Spitzenvertreter der Branche teilen. Sie reisen inzwischen traditionell einen Tag vor dem Start der FIBO an und treffen sich zum European Health & Fitness Forum (EHFF), das sich in seiner sechsten Auflage endgültig zum Davos der Branche entwickelt hat. Das Executive Event, veranstaltet vom europäischen Verband EuropeActive, war mit 500 Teilnehmern restlos ausverkauft. Die CEOs aller weltmarktführenden Hersteller von Trainingsgeräten und international agierender Studiobetreiber kamen nach Köln.

Europaweiter Branchenumsatz von 27,2 Mrd. Euro

Die Tagungs-Teilnehmer blicken zuversichtlich in die Zukunft, auch wenn sie den Preisdruck, dem die Studiobetreiber ausgesetzt sind, vielfach kritisch sehen. Doch die Gesamtsituation am Markt entwickelt sich weiterhin positiv. Mit einem Branchenumsatz von 27,2 Mrd. Euro hat sich Europa inzwischen vor den USA zum grössten Fitnessmarkt der Welt entwickelt. 62,2 Millionen Europäer sind Mitglied in einem Fitnessstudio. Das sind 3,5 Prozent mehr als im Vorjahr. So das Ergebnis des von EuropeActive und Deloitte erstellten „European Health & Fitness Market Report 2019", der traditionell im Rahmen des EHFF zum Start der FIBO vorgestellt wird.

Deutschland grösster europäischer Markt

Auch in Deutschland ist die Zahl der Fitnessstudio-Mitglieder erneut gestiegen. Insgesamt 11,09 Millionen Menschen (Vorjahr: 10,61 Mio.) haben einen Mitgliedsausweis für eines der 9’343 Fitnessstudios. Damit ist fast jeder siebte Bundesbürger Studiomitglied. So die Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft 2019, die vom DSSV erhoben werden und ab 2020 unter Schirmherrschaft der FIBO präsentiert werden.

Die kommende FIBO findet vom 2. bis 5. April 2020 auf dem Messegelände Köln statt.

Kommentar zur FIBO von Roger Gestach:

Dieses Jahr war ich bereits zum 25. Mal an der FIBO, aber erst das zweite Mal in der Funktion als Herausgeber eines Fachmagazins. Auch dieses Jahr hatte es wieder sehr viele Besucher. Bei den Ständen der grossen Gerätehersteller war teilweise fast kein Durchkommen möglich. Die Stimmung bei den Ausstellern war sehr gut, alle berichteten mir über eine erfolgreiche FIBO, einige sogar von der besten FIBO überhaupt. Das grosse Thema in diesem Jahr bei fast allen Ausstellern war die Digitalisierung! Hier versucht jeder Anbieter seine Antworten darauf zu geben. Nachdem letztes Jahr bereits eine Schweizer Firma (Bodygee) einen FIBO Innovation & Trend Award gewonnen hat, ist dies jetzt der Sphery AG, mit dem ExerCube, wieder gelungen.

Es ist schön, dass die FIBO noch immer so erfolgreich ist. Dies ist nicht selbstverständlich, ist doch das traditionelle Messe-Business im grossen Umbruch und tendenziell eher rückläufig. Die FIBO ist aber keine reine Messe an sich. Sie ist das grösste Netzwerktreffen der Fitnessbranche. An die FIBO geht man auch um Kollegen zu sehen und um sich auszutauschen.

Am Schweizer-Abend war wieder «Full House». Hauptthema war die extreme Expansionsstrategie der grossen Ketten. Schön zu sehen war aber, dass sich die Kettenbetreiber mit den Einzelstudios an diesem Abend bei einem leckeren Nachtessen austauschten. Schliesslich soll man sich nicht bekämpfen, sondern gemeinsam dafür sorgen, dass noch mehr Leute Fitnesstraining betreiben.

Auch an der Messe selbst fanden viele Stand-Partys statt und man konnte den anstrengenden Messetag mit einem Bier ausklingen lassen.

Die FITNESS TRIBUNE war auch dieses Jahr Medienpartner der FIBO und lag zum Mitnehmen für die Besucher bereit. Es war schön zu sehen, dass die Mitarbeiter der FIBO unser Magazin regelmässig nachfüllen mussten, weil es so oft mitgenommen wurde. Aus den sehr vielen persönlichen Gesprächen kann ich eines mit Stolz sagen: Die FITNESS TRIBUNE wird gelesen!

Dass es immer noch Fitnesscenterbetreiber gibt, die nicht zur FIBO reisen, begreife ich nicht. Für mich ist die FIBO jedes Mal das geschäftliche Highlight des Jahres.

gratis / free

ACISO
Fitness & Health Consulting
IN LINE
INJOY

ERFOLGE PLANBAR MACHEN
DAMIT DAS TRAINING KEIN BLINDFLUG IST!

milon
BOOST
YOUR SUCCESS IS OUR PASSION

TECHNOGYM
The Wellness Company
TECHNOGYM

gym80

Aboverk
Abgrenzen von

MATRIX

MATRI

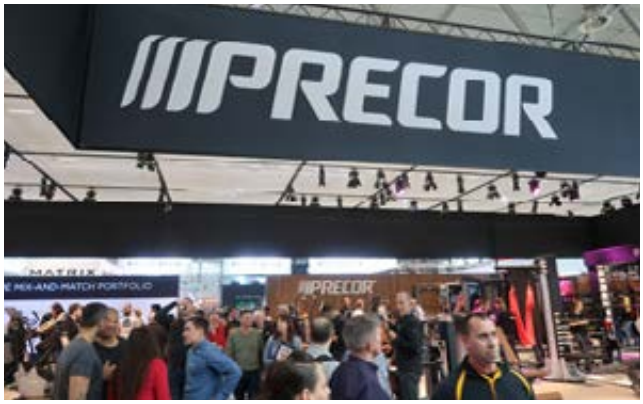
HOIST
HOIST
HOIST

Dr. WOLFF
CORE-STABILITY

BODYSHAKE

SOLUTION

Netpulse


PRECOR

Know your body.
game.

SensoPro

five

ACISO

mit der
Fitnessf

Ausgezeichnete Ideen machen fit für die Zukunft

Virtuelle Verkaufs-Strategen wie der unermüdliche Elias, Gehirnjogging durch eine digitale Welt oder auf einer fantastischen Reise ins Abenteuer ganz spielerisch ins Schwitzen kommen — die Tricks der Technik sollen die Sportsuchenden künftig zu Höchstleistungen motivieren. Gleichzeitig katapultieren sie die Trend-Themen Fitness und Gesundheit in eine neue Dimension. Zwei scheinbar simple Kugeln sollen zudem Bürojobbern den Rücken stärken und ein musikalisches Work-out die Stimmung heben und die Stimme schulen.

Mit ihrem Einfallsreichtum haben die Gewinner des FIBO Innovation & Trend Award die internationale Jury überzeugt. „Die zahlreichen zukunftsweisenden Ideen haben uns begeistert und uns zugleich die Entscheidung erschwert", sagt Prof. Dr. Ingo Froböse, Universitätsprofessor für Prävention und Rehabilitation an der Deutschen Sporthochschule Köln. Die 19 Nominierten hatten sich bereits gegen eine starke Konkurrenz durchgesetzt. Mit einer Rekordbeteiligung von 294 Neuheiten am Wettbewerb hatte die Branche erneut ihre enorme Innovationskraft bewiesen. Gemeinsam war allen Ideen das Ziel, das Training noch besser zu machen, Menschen zu motivieren und zu begeistern sowie zur ganzheitlichen Gesundheit von Körper und Geist beizutragen.

Sportbotschafter mit einem langen Atem (Faceforce GmbH / ELIAS / Digital Fitness)

Elias ist immer fit und einsatzbereit, er braucht keinen Schlaf, keine Sportlernahrung und ist trotzdem durchtrainiert. Als Vorbild ist der Supertrainer aus Bits und Bytes dennoch überzeugend. Er zeigt den Kunden, was sie in ihrem neuen Studio alles erreichen können, motiviert und begeistert. Der digitale Mitarbeiter soll dem Marketing der Unternehmen zukunftsweisende Möglichkeiten eröffnen, um aus Interessenten Kunden zu machen. Die Experten hat er bereits überzeugt: „Die Beratung des Kunden im Bereich Kommunikation und Information wird auf eine neue Ebene gehoben. Die verbesserte Qualität der Beratung dürfte eine Optimierung des Verkaufs von Studiomitgliedschaften nach sich ziehen", begründet die Jury ihre Entscheidung, die Faceforce GmbH für ihre Erfindung von Elias mit dem Sieg in der Kategorie Digital Fitness auszuzeichnen.

Leben in Balance (BALLANCE Concepts GmbH / BALLance Bälle / Gesundheit)

Zwei Bälle mit einer federnden Verbindung sollen für mehr Rückgrat sorgen. „Sie wirken der in der heutigen Gesellschaft viel zu häufig sitzenden Tätigkeit in vielen Dienstleistungsberufen entgegen. Das Gerät ermöglicht ausserdem eine einfache und wirkungsvolle sofortige Rückmeldung zu einem korrekten Haltungsaufbau", lautet das Urteil der Fachleute. Sie haben die innovative Entwicklung der Diplom-Sportwissenschaftlerin Dr. Tanja Kühne im Bereich Gesundheit ausgezeichnet. Die flexiblen Kugeln sollen als handliche Trainingspartner dazu beitragen, die Brustwirbelsäule zu entspannen und die Bandscheiben zu entlasten.

Training für Stimme und Klangkörper (Charles Simmons Music & Fitness UG / VOXXBODY Vocal Fitness System / Lifestyle)

Alleine auf einer grossen Bühne zu stehen, erfordert viel Mut und noch mehr Präsenz. Damit im entscheidenden Moment nicht die Knie weich werden und die Stimme versagt, hat der Personal Trainer Charles Simmons ein System entwickelt, das genau da

ansetzt. „Das VOXXBODY Vocal Fitness System nimmt sich des Trendthemas aktueller TV-Formate an und verbindet es mit dem Einstieg in verschiedene Fitnessprogramme. Neben dem wunderbaren Element des gemeinsamen Singens trainiert es das bewusste Atmen", loben die Experten den Sieger im Bereich Lifestyle. Beim Aufbau seines Programms konnte Charles Simmons auf seinen eigenen Erfahrungen als Sänger und Gesangslehrer aufbauen. Prominente Unterstützung bekam er von Künstlern wie Alice Merten, Marius Müller-Westernhagen und Vanessa Mai, mit denen er das Format nach eigenen Angaben weiter optimiert. Das Ziel ist, die vocale und physische Ausdauer zu verbessern sowie Koordination, Konzentration und Selbstvertrauen zu schulen.

Die Gedanken auf Trab bringen (Neuron Academy International / Reflex-on / Performance)

bessern und zur psychischen Gesundheit beitragen. „Reflex-on® schult die kognitive & mentale Leistungsfähigkeit des Trainierenden. Diese Vorgehensweise ist innovativ gelöst durch die digitale Technik und eine unterhaltende Darbietung", urteilt die Jury. Sie zeichnete das kreative Konzept in der Kategorie Performance aus. Es könnte das bisherige Angebot von Fitnessstudios ergänzen und erweitern.

Spielerisch ins Schwitzen kommen (Sphery AG / ExerCube / Start-up)

Die futuristische Umgebung eines Computer-Spiels soll die Sportler im Studio dazu motivieren, in eine ganz neue Trainingswelt einzutauchen und dort ihr Bestes zu geben. Die Grenze zwischen Realität und Fiktion ist im ExerCube bewusst fliessend gestaltet, das Konzept soll dadurch sowohl kognitive als auch körperliche Funktionen ansprechen. „Das Trendthema Gaming ist hier angepasst an ein durchdachtes Fitness- und Bewegungstraining, das leicht in die bestehende Ausstattung zu implementieren ist. Der ExerCube spricht mit Jugendlichen eine neue Zielgruppe an und ermöglicht e-Gaming in Bewegung anstelle der sonst vor der Konsole sitzenden Spieler", hebt das Fachgremium in seiner Begründung hervor. Es würdigt den Prototypen einer neuartigen Geräte-Generation mit dem Start-up-Preis. Die Entwickler der Sphery AG haben bereits angekündigt, kurzfristig auch eine Version für das heimische Wohnzimmer auf den Markt zu bringen. Sie könnte den e-Sport deutlich dynamischer gestalten.

Feierliche Preisverleihung

Die internationale Jury Nathalie Smeeman, Executive Director des europäischen Branchenverbands Europe Active; Prof. Dr. Ingo Froböse, Universitätsprofessor für Prävention und Rehabilitation an der Deutschen Sporthochschule Köln, Gunnar Ebmeyer, Editorial Manager & Manager Business Development FIT FOR FUN, Prof. Dr. Niels Nagel, Geschäftsstellenleiter des DIFG e.V. und Prof. Dr. Thomas Rieger, Gründungsdekan des Fachbereichs Sport, Medien & Event der University of Applied Sciences Europe hat die eingereichten Beiträge anhand von Innovationskraft, Gesundheitsaspekten, motivierenden Kriterien sowie Qualität, Funktionalität und Design bewertet. Die Preisträger nehmen ihre Auszeichnungen während des European Health & Fitness Forums am Vortag der FIBO vor rund 500 Spitzenvertretern der Branche in Empfang.

Starker Körper, schneller Kopf — ein umfassendes Training verspricht das neue Gerät der Neuron Academy International. Es bringt die Muskeln in Bewegung, während das Gehirn durch eine virtuelle Wirklichkeit joggt. Diese neue Erfahrung soll die Ausdauer ver-

European Health and Fitness Forum war erneut internationales Spitzentreffen der Branche

Über 500 internationale Teilnehmer nahmen am 3. April an der sechsten Auflage des European Health and Fitness Forums (EHFF) teil. Damit bildete die Veranstaltung einmal mehr den erfolgreichen Auftakt zur FIBO 2019, die vom 4. bis 7. April in Köln stattfand. Marketing und Vertrieb, die Kernthemen des Fitnessmarktes der letzten zehn Jahre und das damit einhergehende Wachstum von 36 auf 60 Millionen Mitglieder zwischen 2007 und 2017 (Plus 67 Prozent) — dies waren die Schwerpunktthemen des EHFF 2019.

Konkret ging es dabei etwa um die Position von Frauen im Fitnessmarkt, die von EuropeActive CEO Nathalie Smeeman näher beleuchtet wurde. Auch Emma Barry vom WIFA-Verwaltungsrat thematisierte die Position von Frauen sowie die unterstützende Arbeit des WIFA. Weitere Keynote-Speaker waren Karsten Hollasch, Partner bei Deloitte, der die Forschungsergebnisse der europäischen Marktstudie 2018 vorstellte und CEO und Mitbegründer von Orangetheory Fitness, David Long, der wertvolle Einblicke in Wissenschaft, Coaching und die Technologie der Customer Experience gab. Jonathan Fisher, CEO der Holmes Place Groups, sprach über seine Philosophie der «Öffnung der Branche», um sie für Kunden im digitalen Zeitalter zugänglicher zu machen. David Greenfield (Global Head of Consumer Obsession, Philips) gab einen Einblick in die wertorientierte Kundensegmentierung und betonte, dass es wichtig sei, den Verbraucher in den Mittelpunkt der Aktivitäten zu stellen. David Patchell Evans (Gründer und CEO Goodlife) veranschaulichte, wie sich «Patch» und GoodLife Fitness zur grössten Fitnessclub-Kette Kanadas entwickeln. Die Moderation des EHFF übernahm einmal mehr EuropeActive Board Member Herman Rutgers.

Individuelles Programm am Nachmittag

Auf die Keynote-Speaker-Sessions folgte die Verleihung der FIBO Innovation Awards 2019, bevor die Teilnehmer am Nachmittag die Möglichkeit hatten, sich selbst ihr Programm zusammenzustellen. Zur Auswahl standen Gruppen-Sessions von Stephen Tharrett, Mitbegründer von ClubIntel, der über Preisstrategien und die vierte industrielle Revolution sprach, Catia Pimenta de Sousa, Head of Personalised Nutrition for EMEA von DSM Nutritional Products, die wertvolle Einblicke in die personalisierte Ernährung gab und Sander van Weerdenburg, Direktor der EuropeActive Agency, der am Nachmittag eine Diskussion zwischen Nuffield Health's Head of Marketing Kirsty Angove, SATS' Nordic Head of Marketing Marianne Orderud und Fit for Free | SportCity Head of Sales and Marketing Jos Traa moderierte, wobei es um drei verschiedene Marketing-Fallstudien ging.

Im Anschluss stellten drei Jungunternehmer ihre neuen Clubkonzepte vor. So ging es bei Fatima Batook um Fitnessangebote für junge saudische Lehrerinnen. Tom Moos sprach über seine Boutique-Gymhalle, die sich als eines der luxuriösesten Fitnesscenter Amsterdams auszeichnet und Nienke Thomas erklärte den Erfolg des Fit20 Personal Trainings, einer innovativen und einzigartigen Fitnessmethode, die auf einem 20-minütigen Training pro Woche basiert. Den Abschluss bildete die Vorstellung von "Marketing und Vertrieb im Fitnessbereich", der neuen Publikation von Europe Actice, mit Themenschwerpunkten wie Online- und Offline-Kommunikation, Preisgestaltung und Standortwahl, Verkaufsmanagement und Fallstudien von Weltexperten mit Einblicken in die Fitnessbranche.
www.europeactive.eu

Jonathan Fisher, CEO Holmes Place Groups

VIELFALT.
KING OF MACHINES

gym80 - KING OF MACHINES. Dieses Motto beschreibt gut wo gym80 herkommt und hingeht. Wer innerhalb des latzten Jahres mit uns den gym80 Showroom betreten hat, weiss welche Möglichkeiten wir neben der gewohnten Qualität, Biomehcanik und Haltbarkeit der Geräte bieten können.
Wir glauben an beständige Partnerschaften. In denen alle profitieren. Deshalb bieten wir Ihnen knapp 300 Geräte, die ewig halten, abwechslungsreichste Trainingsmöglichkeiten, ein über die Lebensdauer überdurchschnittlich gutes Peis-Leistungs-Verhältnis, eine breite Angebotspalette, vollkommen individualisierbare Kraftgeräte, Zubehör und Kooperationen mit exzellenten Partnern.
Der Kreativität unserer Kunden sind keine Grenzen mehr gesetzt!

ratio

Ratio AG, Ringstrasse 25, 6010 Kriens
T:041 241 04 04, info@ratio.ch, **www.ratio.ch**

ratioag ratioag ratio-ag

KPS Capital Partners übernehmen Life Fitness

Die Brunswick Corporation verkauft ihre Fitnesssparte an die Investmentgesellschaft KPS Capital Partners zum Preis von rund 490 Millionen Dollar. Diese übernimmt damit Life Fitness, einen der weltweit führenden Hersteller von Premium-Fitnessgeräten und seine Marken Hammer Strength, Cybex, Indoor Cycling Group und SCIFIT. Das Verfahren wird voraussichtlich im zweiten Quartal 2019 abgeschlossen sein. Brunswick konzentriert sich künftig auf das Geschäft mit Schiffs- und Wassersportausrüstung. „Mit dem Verkauf der Fitnesssparte schärfen wir unser maritimes Leistungsprofil", sagt Brunswick-Vorstandsvorsitzender David Foulkes.

Die Brunswick-Vorstände Dave Everitt und Dave Singer haben die Übernahme der Fitnesssparte sorgfältig vorbereitet. Laut David Foulkes hatte es einige Interessenten mit ernsthaften Kaufabsichten gegeben. Den Zuschlag bekam schliesslich KPS Capital Partners. „Mit einigen der stärksten Marken und der besten Fachleute in der Fitnessindustrie ist dieser Unternehmensteil sehr gut für die Zukunft aufgestellt", sagt Foulkes. „Wir danken den Mitarbeitern dieses Geschäftsbereichs für ihren Beitrag zum Erfolg von Brunswick und wir wünschen Ihnen für die Zukunft alle Gute."

RIMINIWELLNESS 2019

Die Erwartungen waren gross auf RIMINIWELLNESS, eine der grössten internationalen Veranstaltungen für Fitness und Wellness, die vom 30. Mai bis 2. Juni im Rimini Expo Center und der Umgebung stattfand.

RIMINIWELLNESS bedeutet: Mehr als 400 Unternehmen, 173'000 Quadratmeter Ausstellungsfläche (innen und aussen), 28 Hallen und über 20 Kilometer Adriaküste in Bewegung. Ausserdem 46 Bühnen, 350 Quadratmeter Wasserbecken, mehr als 500 nationale und internationale Presenter, 1960 Trainingssessionen, mehr als 100 Abendveranstaltungen, Aperitifs, Strandtreffen und Events in den trendigsten Lokalen der Riviera. Die FITNESS TRIBUNE wird in der nächsten Ausgabe ausführlich über diesen tollen Event berichten.

Basic-Fit weiterhin auf Erfolgsspur

Basic-Fit vermeldet positive Quartalszahlen und übernimmt die niederländische Fitnesskette Fitland und will so ihre Marktposition mit über 650 Standorten in Europa weiter ausbauen.

US-Franchise-Riese Anytime Fitness kommt nach Deutschland

Die 2002 in den USA gegründete Unternehmen Anytime Fitness ist eigenen Angaben zufolge seit elf Jahren in Folge das am schnellsten wachsende Fitness-Franchise-System der Welt. Rund 300 neue Standorte eröffnete Anytime Fitness zuletzt jährlich. Jetzt hat Anytime Fitness den deutschen Markt ins Visier genommen. Aktuell ist Anytime Fitness in rund 30 Ländern aktiv. Insgesamt trainieren etwa vier Millionen Mitglieder in den fast 5'000 Studios weltweit. In Kürze soll nun der erste in Eigenregie geführte Standort in Deutschland eröffnen. Ab 2020 sollen dann Franchise-Nehmer gewonnen werden, die weitere Fitnessstudios in Deutschland an den Start bringen.

BODYSTREET expandiert in Grossbritannien

Dem geplanten Brexit zum Trotz: BODYSTREET eröffnet in Coventry und Edinburgh zwei neue Standorte und will in Grossbritannien weiter Fuss fassen. 200 Clubs peilt der EMS-Anbieter bis 2025 an und sieht im britischen Fitnessmarkt jede Menge Wachstumspotential. EMS-Training ist „in" — auch in Grossbritannien: Im vergangenen Jahr konnte der EMS-Anbieter in seinen dortigen Standorten Mitgliederzuwächse von bis zu 40 Prozent verzeichnen und die Marktprognosen sind trotz des bevorstehenden Brexits für den Fitnesssektor nach wie vor sehr positiv.

Anzeige

DEINE ZIELE.
DEINE AKADEMIE.
#FUTUREBOOSTER

JETZT STARTEN
deutschesportakademie.de oder
0800 / 34 22 100 (kostenfrei)

DEUTSCHE SPORTAKADEMIE

Aktuelle Lizenz-Ausbildungen
Sport- und Fitnesstrainer · Fitnesstrainer B-Lizenz
Cardiotrainer A-Lizenz · Functional Fitnesstrainer A-Lizenz
Präventionstrainer A-Lizenz · Personal Trainer
Bootcamp Instructor

DEIN TAG - DEINE PARTY

SAFS CONVENTION

24. AUGUST 2019 LAKE SIDE ZÜRICH

FUNCTIONAL FITNESS, YOGA & LIFESTYLE

Nur die besten internationalen Fitness- Referenten werden dich an diesem Tag herausfordern und begeistern. Abgerundet wird das Event-Highlight im Herzen von Zürich mit einem Lake Side Barbecue mit vielen Überraschungen und After-Workout Lounge.

	LAKE SIDE I	LAKE SIDE II	RAUM FUEGO
08:00 - 09:00	08:00 EINSCHREIBUNG 08:45 BEGRÜSSUNG UND PRESENTERVORSTELLUNG		
09:00 - 10:00	ANIMAL MVMNT ISRAEL MALLEBRÉ	SPACE M YOGA MAGNUS RINGBERG	MYTHOS FASZIEN PROF. D.O. MARTIN SPRING
10:15 - 11:15	FUNTONE THE FUNCTIONAL REVOLUTION JANA SPRING	„HANDSTAND“ FUNCTIONAL TRAINING KOPFUEBER SONJA GYSEL	FÖRDERE DEINE BEWEGUNGSINTELLIGENZ DR. FABIAN ALLMACHER
11:30 - 12:30	GARUDA CORE MAGNUS RINGBERG	ATHLETICFLOW HIIT MEETS YOGA SIMON KERSTEN	DAS GEHEIMNIS VON SCHÖNHEIT UND GLÜCK MARKUS MEISTER, ROBERT WINZENRIED
12:30 - 13:30	MITTAGSPAUSE, VERPFLEGUNG IM LAKE SIDE		
13:30 - 14:30	DYNAMIC FUNCTIONAL STEP ISRAEL MALLEBRÉ	FUNCTIONAL FLOW EVA GUT, LISA STEFANI	„STRAFF & SEXY“ VOM KOPF BIS ZUM FUSS MARKUS MEISTER, ROBERT WINZENRIED
14:45 - 15:45	LISTEN TO YOUR HEART FUNTONE CARDIO MANUELA LATINI, JÜRG NEUKOM	ANIMAL ATHLETICS DR. FABIAN ALLMACHER	EMPOWERED NICOLE HAUT
16:00 - 17:00	SOLIDO STEP FULL-BODY-MOVEMENT MAGNUS RINGBERG	BEYONCE-YOURSELF MIT DANCESS NICOLE HAUT	GUTE VITALITÄT DANK GESUNDER DARMFLORA ANDREAS SCHIBLI
17:00 - 17:30	GET READY FOR THE LAKE SIDE BBQ		
17:30 - 20:00	LAKE SIDE BBQ UND AFTER-WORKOUT LOUNGE		

Alle Infos und Buchung unter: **WWW.SAFSCONVENTION.CH**

TOGETHER WE CREATE

Wir bedanken uns bei unseren Partnern, die diesen exklusiven Event ermöglichen.

PORSCHE
Porsche Zentrum Zürich

Cellini CAFFÈ
SOLEDOR®

functiomed
Zentrum für funktionelle Medizin

FITNESS TRIBUNE

SAFS Absriederstrasse 226, 8047 Zürich, Telefon +41 44 404 50 70, Fax +41 44 404 50 71, info@safs.com

Der Net Promoter Score in der Praxis

So finden Sie schnell und einfach heraus, was Ihre Kunden denken

Wie können Unternehmer das Meinungsbild ihrer Kunden, deren Loyalität, aber auch Quellen der Unzufriedenheit schnell und einfach erfassen? Der Net Promoter Score (NPS) erfüllt diese Anforderungen und kann auch für Fitness- und Gesundheitsdienstleister sehr interessant sein.

Wie wird der Net Promoter Score (NPS) berechnet?

Der Net Promoter Score ist eine Kennzahl, welche die Loyalität, das Engagement und die Begeisterung der Kunden quantifiziert und somit messbar macht. Der NPS basiert dabei auf einer einzigen Frage, der Frage nach der Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden (s. Abb. 1).

Abbildung 1: Net Promoter Score (modifiziert nach Reichheld & Markey, 2011, S. 21)

Mithilfe der vorgegebenen Skalierung von 0 bis 10 kann die Einstellung der Kunden zum Unternehmen genau erfasst werden. Die Teilnehmer lassen sich hierbei in folgende drei Kundengruppen kategorisieren, die sich hinsichtlich ihres Verhaltens und ihrer Loyalität gegenüber dem Unternehmen stark voneinander unterscheiden (s. Tabelle 1).

Hat sich das Unternehmen das Ziel gesteckt, Kunden zu begeistern, so kann mit dieser Klassifizierung und dem darauf aufbauenden NPS der kundenfokussierte Erfolg des Unternehmens gemessen werden. Errechnet wird der NPS ganz einfach, indem vom Prozentsatz der Promotoren der Prozentsatz der Kritiker abgezogen wird. Der NPS kann folglich von +100 bis –100 variieren.

Damit eine persönliche Weiterempfehlung ausgesprochen wird, müssen Personen zum einen rational vom Unternehmen absolut überzeugt sein (Preis-Leistungs-Verhältnis, Qualität etc.), zum anderen sich aber auch emotional stark mit dem Unternehmen verbunden fühlen (verstanden und wertgeschätzt werden, Wohlfühlfaktor etc.). Gelingt es dem Unternehmen beim Kunden beide Dimensionen gemeinsam anzusprechen, werden sowohl der Verstand als auch das Herz des Kunden berührt, wodurch die emotionale Begeisterung und damit auch die Weiterempfehlungswahrscheinlichkeit des Kunden steigen.

Was sagt der NPS aus?

Der NPS als Kennzahl ermöglicht es

Tabelle 1: Teilnehmer kategorisiert in Kundengruppen

	Kritiker	Passiv zufriedene Kunden	Promotoren
Bewertung	6 oder weniger	7 oder 8	9 oder 10
Charakteristika der Kundengruppe	▪ unzufriedene Kunden ▪ fühlen sich enttäuscht oder sind verärgert ▪ sehr hohe Wechselbereitschaft ▪ raten Freunden und Kollegen aktiv vom Unternehmen ab ▪ belasten das Betriebsklima im Unternehmen ▪ demoralisieren Mitarbeiter	▪ zufriedene, aber keine loyalen / begeisterten Kunden ▪ haben die Leistungen erhalten, für die sie gezahlt haben ▪ eingeschränkte Weiterempfehlungsbereitschaft ▪ anfällig für Angebote der Mitbewerber / erhöhte Wechselbereitschaft	▪ begeisterte Kunden geben konstruktives Feedback ▪ geringe Wechselbereitschaft ▪ empfehlen aktiv weiter
Ziele des Unternehmens	▪ Gründe dieser Unzufriedenheit schnellstmöglich herausfinden, da durch das Verhalten dieser Personen auch die Gefahr eines größeren Unternehmensschadens besteht	▪ zufriedene Kunden zu Promotoren entwickeln ▪ eigene Leistungen so gestalten, dass diese Personengruppe eine höhere Begeisterung verspürt	▪ Anzahl der Promotoren steigern ▪ Begeisterung dieser Kunden erhalten ▪ Mitarbeiter würdigen und belohnen, die für diese Begeisterung sorgen

Unternehmen, hinsichtlich der Kundenbegeisterung und Weiterempfehlungsbereitschaft Zeitvergleiche und durch die hohe weltweite Popularität des NPS auch branchenübergreifende Vergleiche durchzuführen. Fügt man der Befragung eine zweite Frage hinzu, die den Grund der Bewertung abfragt (z.B. „Was ist der Hauptgrund für Ihre Bewertung?"), so bieten die Antworten der Kunden auf diese Zusatzfrage weitere Ansätze zur Diagnose und Lösung unternehmensspezifischer Probleme, ohne die Bewertung selbst zu beeinflussen. Der NPS kann somit auch als kontinuierliches Lern- und Verbesserungsinstrument im Unternehmen implementiert werden.

Die Einsatzmöglichkeiten des NPS sind enorm vielseitig. Zum einen kann der NPS in regelmässigen Abständen (z.B. ein- bis zweimal jährlich) zur Erfassung der allgemeinen Zufriedenheit bzw. Loyalität aller Mitglieder herangezogen werden. Hier empfiehlt sich eine Online-Umfrage, auf die bestehende Mitglieder per E-Mail aufmerksam gemacht werden. Auch über SMS oder WhatsApp könnten Kunden erreicht und zur Teilnahme bewegt werden. Durch den geringen zeitlichen Aufwand bei der NPS-Umfrage ist die Reaktionsquote einer solchen Befragung erfahrungsgemäss deutlich höher als bei klassischen Zufriedenheitsbefragungen, die teils zehn oder mehr Minuten Zeit in Anspruch nehmen. Dieser eher allgemeine Ansatz der Kundenbeziehungsanalyse ermöglicht die schon angesprochenen Unternehmens- und Branchenvergleiche, misst Fortschritte und kann auf einen allgemeinen Verbesserungsbedarf des Unternehmens hinweisen.

Wie können Fitness- und Gesundheitsanbieter vom NPS profitieren?

Darüber hinaus kann der NPS aber auch im Tagesgeschäft wertvolle Dienste leisten. Durch den systematischen Aufbau von Feedbackschleifen in die täglichen Abläufe des Unternehmens können Lern- und Verbesserungsprozesse im Unternehmen implementiert ▶

Thorsten Clemann

Thorsten Clemann, B. A. Betriebswirtschaftslehre, M. A. Prävention und Gesundheitsmanagement, sammelte als Trainer sowie in Marketing und Vertrieb umfangreiche praktische Erfahrungen in der Fitness- und Gesundheitsbranche. Als freiberuflicher Berater unterstützt er Start-ups und Gründer in der Planungs-, Gründungs- und Aufbauphase. Er ist als Dozent, Autor und Tutor für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement/BSA-Akademie tätig.

Florian Schmidt

Florian Schmidt absolvierte nach einem Studium im Hotelmanagement und mehreren Jahren Berufserfahrung in der internationalen Hotellerie zusätzlich ein Master-Studium in Sportwissenschaft. Er ist als Dozent, Wissenschaftsredakteur und Tutor für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement/ BSA-Akademie tätig.
www.dhfpg-bsa.de

Tabelle 2: NPS-Wert in der Fitnessbranche (USA) (modifiziert nach Hills & Bonomo, 2015, S. 16)

Durchschnittlicher NPS-Wert (gesamt)	43 %
Höchster Wert – inhabergeführtes Einzelunternehmen	89 %
Niedrigster Wert – Einzelbetrieb, regionale Kette	-37 %
Durchschnittswert – inhabergeführte Einzelunternehmen	53 %
Durchschnittswert – inhabergeführte Unternehmen mit mehreren Standorten	34 %
Durchschnittswert – große Kettenbetriebe	14 %

werden, die auf einer direkten Interaktion des Unternehmens mit seinen Kunden basieren.

Ein fest installiertes Tablet oder ein Monitor am Ausgang des Studios bzw. an der Rezeption ermöglicht die Abfrage des NPS nach jedem Kundenbesuch. Die Befragung kann auch nach einem Beratungsgespräch, einer Gesundheitsanalyse, PT-Stunde oder auch nach einer Beschwerde, bei Reklamationen und Ähnlichem durchgeführt werden. An jedem Touchpoint, an dem das Unternehmen mit dem Kunden direkt in Kontakt tritt, ist die Implementation des NPS in den bereits bestehenden Prozess möglich.

Gerade die Mitarbeiter im direkten Kundenkontakt können auf diese Weise die Erfahrungen der Kunden sofort nachvollziehen, Probleme bereits auf Geschäftsprozessebene diagnostizieren, daraus lernen und problemlösende Massnahmen ergreifen. Der NPS könnte darauf aufbauend sogar als weitere Kennzahl zur Mitarbeiterbeurteilung herangezogen werden. Eine noch kundenfokussiertere Unternehmenskultur wäre das Ergebnis.

NPS-Werte aus der Praxis

Während für viele Wirtschaftssektoren bereits umfangreiche Studien und Benchmark-Zahlen zum NPS vorliegen, existieren im Bereich der Fitness- und Gesundheitsanbieter bisher (noch) nur vereinzelte Vergleiche. Auf der IHRSA 2015 wurden hierzu erstmals detaillierte Ergebnisse zum US-Fitnessmarkt veröffentlicht (s. Tabelle 2).

Hier zeigt sich, dass die inhabergeführten Unternehmen im Vergleich zu grossen Ketten im Durchschnitt einen signifikant höheren NPS aufweisen. Unternehmen mit einem höheren NPS verfügen in der Praxis meist über eine bessere Kundenbindung und verzeichnen einen höheren Umsatz pro Mitglied. Je näher also die Fitnessunternehmen mit ihren Kunden agieren, umso eher sind diese bereit, mehr Geld auszugeben bzw. das Studio weiterzuempfehlen.

Diese Ergebnisse decken sich auch mit den Befunden des digitalen IT-Consultingdienstleisters Listen 360, die CEO Richard Thomas ebenfalls auf der IHRSA 2015 vorgestellt hat. Auf Basis der über 2000 untersuchten Unternehmen lag der NPS der Fitnessstudios hier bei 52 Prozent. Die wichtigsten Gründe, warum die Promotoren (also die loyalen Mitglieder NPS 9 bzw. 10) das Unternehmen weiterempfehlen, sind demnach freundliche, qualifizierte Mitarbeiter, ein qualitativ hochwertiges Equipment und ein abwechslungsreiches, attraktives Kursprogramm.

Angesichts weiterer Analysen (Kane, 2016) ist der durchschnittliche NPS der Fitness- und Gesundheitsbranche im Vergleich zu anderer B2C-Branchen deutlich höher. Jedoch ist bei der Interpretation zu beachten, dass dieser übergeordnete Branchen-Score je nach Ausrichtung, Studiokonzept etc. differenziert betrachtet werden sollte, da die einzelnen NPS-Werte deutlich variieren können (s. Abb. 2).

Fazit

Der NPS ist eine einfach zu gewinnende Kennzahl mit einer hohen Aussagekraft für Unternehmen. Gekoppelt mit der Zusatzfrage bildet er, in unterschiedliche Prozesse implementiert, eine solide Basis zur Entwicklung einer Feedbackkultur mit kontinuierlichen Lernschleifen im Unternehmen, von denen sowohl die Kunden als auch die Mitarbeiter und das gesamte Unternehmen profitieren. Selbstverständlich kann eine einzelne Frage nie klassische Kundenzufriedenheitsanalysen ersetzen. Daher sollten sich Unternehmen nicht nur rein auf den NPS als Erhebungsinstrument fokussieren, sondern auch regelmässig weitere detaillierte Kundenanalysen durchführen, um wertvolles Kundenfeedback zu erhalten. ■

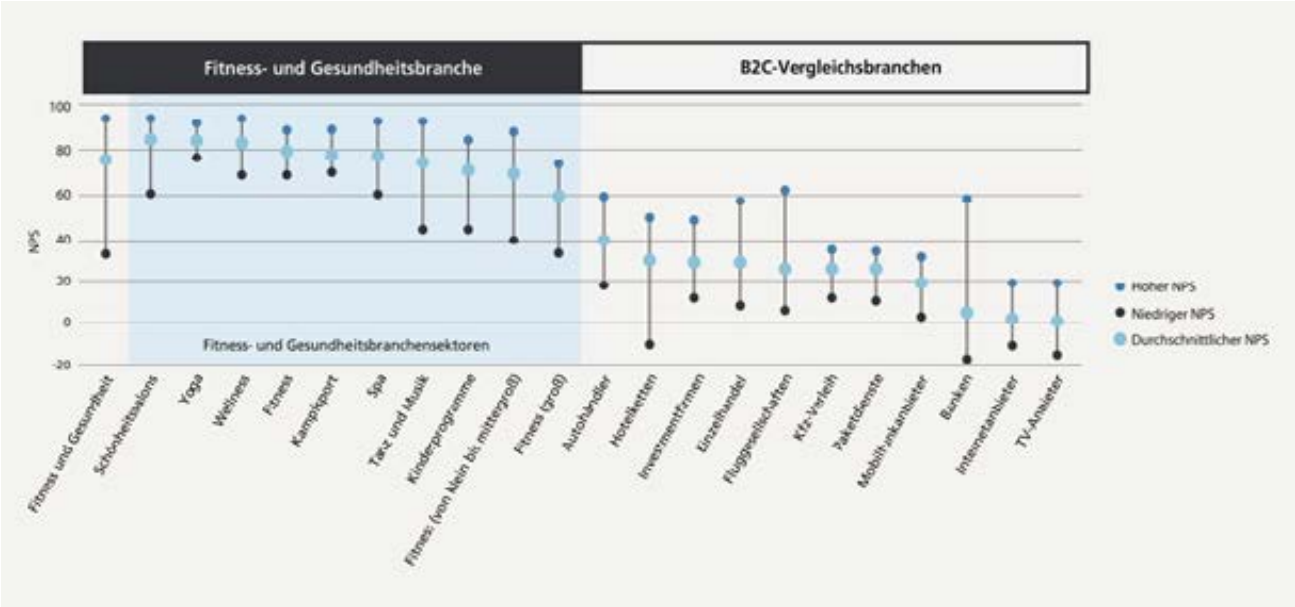


Abb. 2: Bandbreite der NPS-Scores im Branchenvergleich (modifiziert nach Kane, 2016, S. 8)

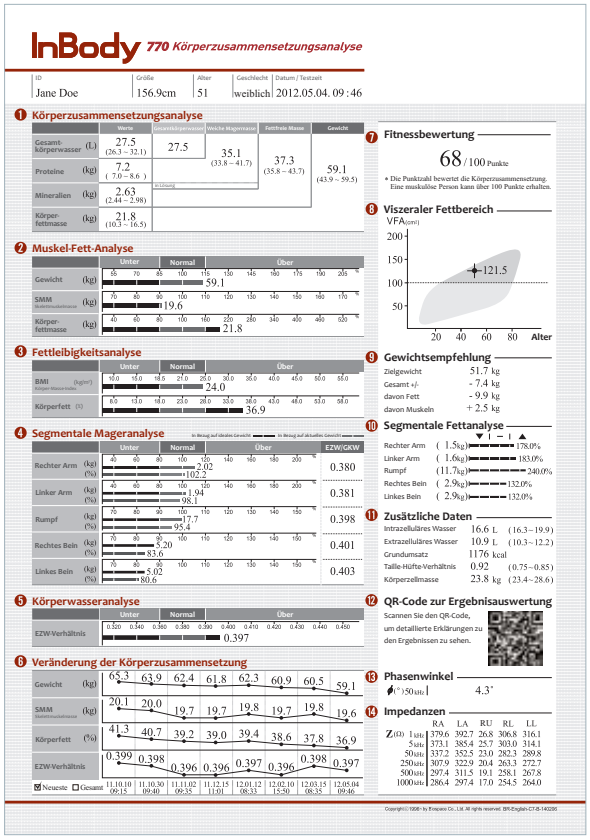
InBody
Erfolge werden sichtbar.

InBody misst da, wo andere schätzen!

Diagnostik und Testing

- **Gesundheitsrisiken erkennen**
- **Dysbalancen feststellen**
- **Trainingserfolge und Trainingsziele kontrollieren**
- **Neue Kunden-Zielgruppen gewinnen**
- **Körper-Analyse in weniger als 1 Minute!**

Beispiel Testauswertung:



best4health

Exklusiver Vertriebspartner für die ganze Schweiz:
Grindelstrasse 12 | 8303 Bassersdorf
Tel. +41 44 500 31 80 | mail@best4health.ch
www.best4health.ch

Drei Millionen MOVEs für die „Chance B“

Technogyms globale Kampagne für einen gesünderen Lebensstil „Let’s Move For a Better World" hat auch 2019 einiges bewegt. 20 Tage lang wurde trainiert und geschwitzt, am Ende gab es viel Grund zur Freude: Rekorde wurden gebrochen, Gewinner soweit das Auge reicht.

Rund 200'000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer waren in 32 Ländern am Start, sammelten im Aktionszeitraum 767 Millionen MOVEs (Technogym-Einheit zur Aktivitätsmessung). In Österreich nahmen 31 Fitness-Einrichtungen teil — ein neuer Bestwert. Und auch die Zahlen und Aktivitäten können sich sehen lassen. Rund 24 Millionen MOVEs wurden gesammelt, oder anders gesagt: mehr als 12 Millionen Kalorien verbrannt. Die Nummer 1 bei den teilnehmenden Clubs war in diesem Jahr das MoreFit Gleisdorf in der Steiermark.

Insgesamt haben die Studio-Besucherinnen und Besucher im MoreFit in dieser Zeit drei Millionen MOVEs gesammelt. Jeder davon bedeutete auch eine Spende für den guten Zweck, denn der Club hat sich entschlossen, den Erlös der Kampagne an die „Chance B" zu spenden. Dabei handelt es sich um ein Therapeutisches Institut in Gleisdorf, das dafür sorgt, dass alle Menschen, die Unterstützung brauchen, gut in der Region leben können.

Als Österreich-Sieger erhielt das MoreFit Gleisdorf einen Technogym-Gutschein im Wert von 3.000€. Dieser wurde an die „Chance B" übertragen. „Eine Gruppe der Chance B hat uns im Studio besucht und sich die Trainingsbereiche angesehen, danach war mir sofort klar: diesmal trainieren und sammeln wir Moves für die Chance B", so MoreFit-Inhaber Martin Opitz.

Mit dem Geld werden topmoderne und hochwertige Fitnessgeräte des italienischen Weltmarktführers für das Therapeutische Institut in Gleisdorf angeschafft. Foam Roller, Balance Pads, Balance Domes, Power Band Sets und Balance Bälle — die „Chance B" kann die Produkte der Skilltool-Serie in der täglichen Arbeit gut brauchen. „Damit wir unsere Kundinnen und Kunden beim Erreichen ihrer individuellen, persönlichen Ziele weiter bestmöglich unterstützen können", freut sich Bianca Kassama, Leiterin des Therapeutischen Instituts Gleisdorf.

In diesem Jahr schafften es acht Fitness-Einrichtungen in Österreich, genügend MOVEs zu sammeln, um einen Technogym-Warengutschein zu erhalten. Hinter dem MoreFit landete das INJOY MED Graz Süd auf Rang zwei, Home of Balance erreichte Platz drei im Österreich-Ranking. Dahinter folgten Fit for Life Vorchdorf, Fit for Life Gmunden, die Aktivwelt Tirol, das Fitnesscenter Waizenkirchen und das Fitnesscenter Shape.

Sie erhielten jeweils Warengutscheine im Wert von 300€, die an einen guten Zweck weitergegeben wurden. Insgesamt schüttete Technogym Austria 5.100€ in Form von Warengutscheinen aus. Somit profitierten nicht nur die Teilnehmerinnen und Teilnehmer von „Let’s Move For a Better World", sondern auch zahlreiche weitere Menschen.

Hochkarätiger Branchentreff

von links nach rechts: Nerio Alessandri (Technogym-Präsident); Alfred Enzensberger (Clever Fit-Gründer); Gottfried Wurpes (CEO von the fitness company) Fotocredit: Technogym Austria

Wohin entwickelt sich die Fitnessbranche? Was sind die neuesten Trends? Am Rande der FIBO in Köln kam es zu einem hochkarätigen Nord-Süd-Gipfel mit österreichischer, deutscher und italienischer Beteiligung, bei dem sich alles um aktuelle Zukunftsfragen drehte. Also diskutierten Gottfried Wurpes, CEO von the fitness company, Clever Fit-Gründer Alfred Enzensberger und Technogym-Präsident Nerio Alessandri über die neuesten Entwicklungen in den Bereichen Digital Fitness und Functional Training. „Neben einem Blick in die Zukunft der Fitness-Industrie ist es vor allem dieser Austausch, der neue Impulse gibt und eine nachhaltige Vision zu den Themen der Zukunft vermittelt, denn am digitalen Wandel kommt heute niemand mehr vorbei. Darüber hinaus ist es immer schön, gute Freunde wiederzusehen", so Gottfried Wurpes.

Anzeige

Neue Konkurrenz kommt: Die Bewegungspille!

Von Roger Gestach

In der Schweiz, in Österreich und Deutschland trainieren nur 10–15 Prozent der Bevölkerung in einem Fitnesscenter. Das Potential für zukünftige Neukunden ist also noch sehr gross.

Um das Potential auszuschöpfen können, muss es der Fitnessbranche gelingen, die Couch-Potatos von der Wichtigkeit des Muskeltrainings zu überzeugen und sie zu motivieren, sich vom Sofa zu erheben.

In der letzten Ausgabe der FITNESS TRIBUNE haben wir über Autosensitives Training berichtet (Ausgabe Nr. 179 ab Seite 38). Innovative Firmen sind daran, mit Hilfe der EMS-Technologie, Kleider zu entwickeln, welche den Couch-Potato den ganzen Tag mit Trainingsreizen berieseln, ohne dass er dabei selber aktiv trainieren muss.

An meinen früheren Schulungen für Fitnesstrainer habe ich mir immer jeweils einen Spass erlaubt und erzählt, dass es irgendwann mal eine Pille geben würde, die uns fit machen und das Training ersetzen würde. Eigentlich habe ich selber nicht an meinen dummen Spruch geglaubt.

Erst vor kurzem berichtete das Wissensmagazin „Einstein" im Schweizer Fernsehen, dass die Pharmafirmen schon seit zehn Jahren an der Bewegungspille forschen würden.

Bewegung verändert Hirn, Psyche und den ganzen Körper. Die Forschung entdeckt gerade das «Wundermittel Bewegung»: Der Muskel ist unsere körpereigene Apotheke und Training lässt die Hirnzellen spriessen. Kein Wunder, sucht die Pharmaindustrie nach der Bewegungspille.

Die positiven Auswirkungen von Training in Pillenform? Weltweit wird daran geforscht. Das Salk Institut in den USA behauptet nun, erste Erfolge mit der Bewegungspille zu haben. Die Nachfrage in einer unter Bewegungsarmut leidenden Gesellschaft wäre wohl gewaltig.

Die grossen Schweizer Pharmafirmen geben keine Auskunft, ob sie ebenfalls an der Bewegungspille forschen. Gemäss der Sendung „Einstein" ist aber davon auszugehen, dass alle grossen Pharmaunternehmen an der Bewegungspille forschen würden.

Hätte eine Bewegungspille Folgen für die Fitnessbranche? Eine Bewegungspille wird die Fitnessbranche niemals ersetzen. Eine Bewegungspille könnte aber zur Folge haben, dass das Wachstum der Fitnessbranche irgendwann endet, weil der Couch-Potato sich dann sicher für die Pille und gegen das Training entscheiden würde.

Damit die Bewegungspille bei den heute Trainierenden nie zur Alternative wird, muss es der Fitnessbranche gelingen, dass die Kunden zwei Sachen beim Training erreichen:

1. **Das Training muss Spass machen.**
2. **Der Kunde muss seine Trainingsziele erreichen.**

Gerade bei Punkte 2 (Trainingserfolg) hat unsere Branche noch grosses Potential nach oben. Schlimm wäre für die Fitnessbranche, wenn eine Mehrheit der Leute irgendwann mit der Pille mehr Erfolg hätten als beim Training.

Die gute Nachricht zum Schluss: Bis eine Bewegungspille schliesslich auf den Markt kommt und bewilligt wird, vergehen noch rund 20 Jahre. Ob so eine Pille dann überhaupt massentauglich ist oder nur an kranke Personen abgegeben wird, steht noch in den Sternen. Die Fitnessbranche hat also noch viel Zeit, nach Lösungen zu suchen, wie die Kunden noch mehr Spass am Training haben und wie die Trainingserfolge gesteigert werden können.

Academy for
360° Functional Kinetic Coach

Die Spezialisten für Funktionelles Training

Aktuelle Agenda

12. Juli 2019

Daten: 12. - 13.07.19
Zeit: 08:00 - 17:00 Uhr

Reha Fitness nach dem Fasziendistorsionsmodell

Nie war Reha Fitness so einfach! Erlebe maximale Effizienz mit eindrücklicher Einfachheit. Deine Kunden werden dir dankbar sein!

29. August 2019

Daten: 29. - 31.08.19
06. - 07.08.19
Zeit: 08:00 - 17:00 Uhr

Basic POWER 1

Lerne das F.K.C. Erfolgskonzept kennen und bringe deine Betreuung auf ein neues Niveau. Mit Kompetenz neue Kunden gewinnen!

EDUQUA

Academy for 360° Functional Kinetic Coach
Grundstrasse 10b | CH-8712 Stäfa
Telefon: +41 (0) 76 365 65 45 | info@360-FKC.com
www.360-FKC.com

label physio

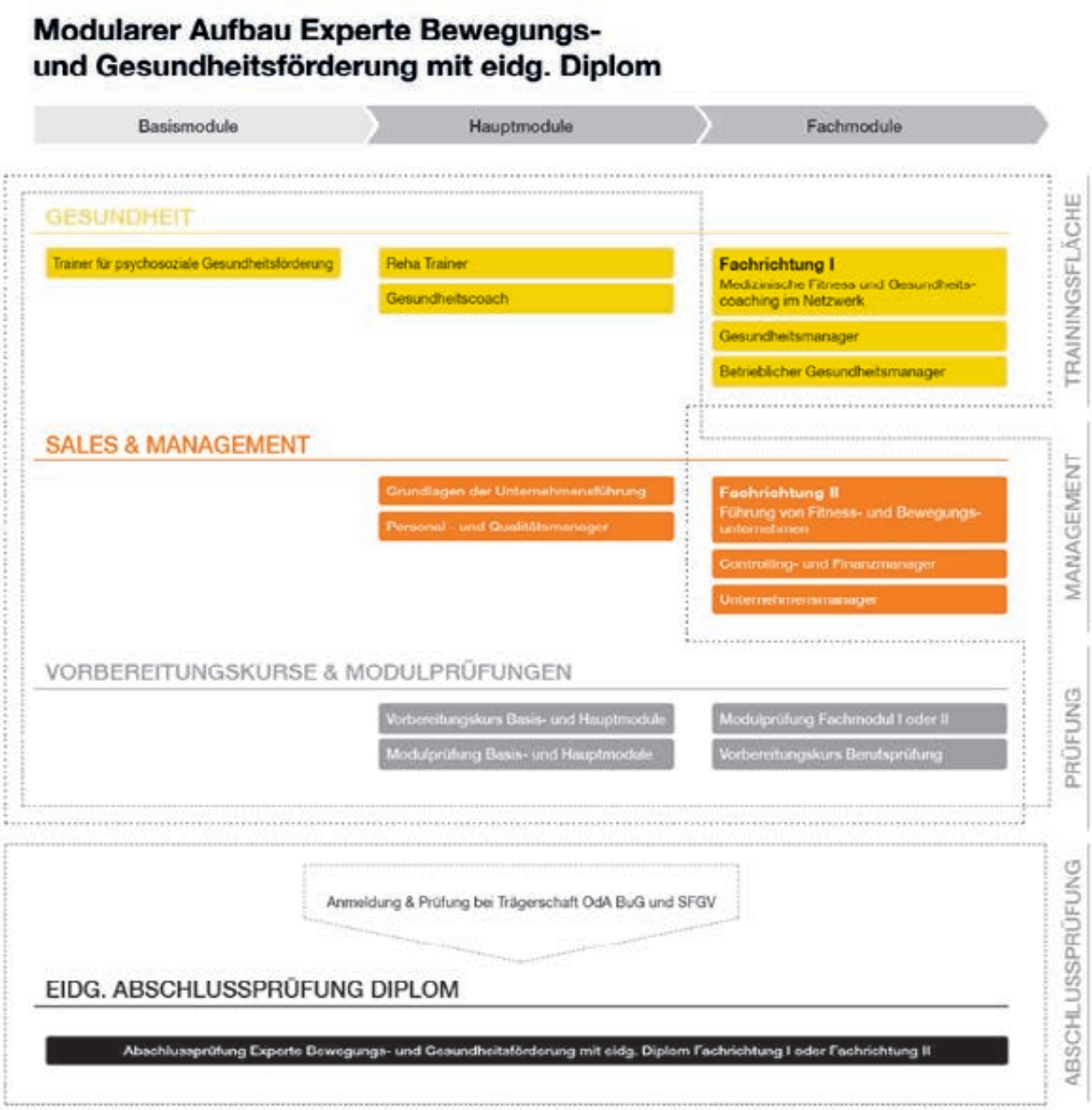
Eidg. Diplomausbildung ab Januar 2020 bei der SAFS

Experte für Bewegungs- und Gesundheitsförderung

Aufbauend auf der höheren Berufsbildung „Spezialist für Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis“ und „Fitnessinstruktor mit eidg. Fachausweis“, bietet die SAFS ab dem 12. Januar 2020 vorbereitende Ausbildungen für das „eidg. Diplom Experte für Bewegungs- und Gesundheitsförderung“ an. Dieses eidgenössische Diplom ist, abgesehen von Studiengängen an Universitäten und Fachhochschulen, der höchste Abschluss in den Themenbereichen Bewegung, Gesundheit, Prävention und Fitness und hat zudem einen deutlich höheren Praxisbezug als die akademischen Abschlüsse.

Mit dem Abschluss „Experte Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Diplom“ verfügt die Fitnessbranche nun auch über eine Diplomausbildung, die eidgenössisch anerkannt ist. Ausgebildete „Experten Bewegungs- und Gesundheitsförderung“ sind ausgewiesene Fachpersonen für die individuelle und situationsgerechte Begleitung von anspruchsvollen Kunden mit nicht übertragbaren Zivilisationskrankheiten, Beschwerden und physischen oder psychischen Einschränkungen.

Zudem können „Experten Bewegungs- und Gesundheitsförderung“ Fitnesscentern helfen, den jeweiligen Dienstleistungsbereich zu erweitern. Durch eine systematische und wirkungsvolle Kundenbindung entwickeln sie neue gesundheitsfördernde Angebote und Kundenbindungsmassnahmen.



Aufbau der Ausbildungsmodule bei der Swiss Academy of Fitness & Sports

Zwei Fachrichtungen
Der Abschluss „Experte Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Diplom" kann in zwei Fachrichtungen abgeschlossen werden:

Experten mit Fachrichtung „Medizinische Fitness im Netzwerk" sind fähig, wirkungsvolle Kundengewinnungsmassnahmen umzusetzen. Sie bauen systematisch Netzwerke zur Kundenakquise auf, erschliessen neue Kundengruppen, indem sie sich glaubhaft als Experte im Bereich Bewegungs- und Gesundheitsförderung positionieren und neue Tätigkeitsfelder für die Bewegungs- und Gesundheitsförderung erschliessen. Dabei arbeiten sie interdisziplinär in einem Netzwerk mit Ärzten, Physiotherapeuten, Ernährungsberatern, Psychologen und Psychotherapeuten zusammen.

Experten mit Fachrichtung „Führung von Fitness- und Bewegungsunternehmen" verfügen über ausgewiesene Kompetenzen rund um die Unternehmens- und Mitarbeiterführung. Sie sind in der Lage betriebsinterne Prozesse zu definieren oder zu optimieren, um eine profitable Dienstleistung im Bereich der Bewegungs- und Gesundheitsförderung zu bieten.

Anforderungsprofil für Experten Bewegungs- und Gesundheitsförderung
Die Ausbildung richtet sich an Interessenten mit der Ausbildung Spezialist für Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis oder Fitnessinstruktor mit eidg. Fachausweis. Ausserdem an Inhaber eines Fachausweises in einem adäquaten Berufsfeld und Sportwissenschaftler, Sportlehrer oder Physiotherapeuten.

Für die Teilnahme an der eidg. Diplomprüfung muss zudem der Nachweis über eine mindestens dreijährige Berufspraxis in einem der oben genannten Berufsfelder mit mindestens 38 Wochenstunden erbracht werden.

Der Weg zu den Fachmodulen
Unabhängig davon, ob die Fachrichtung I „Medizinische Fitness und Gesundheitscoaching im Netzwerk" oder Fachrichtung II „Führung von Fitness- und Bewegungsunternehmen" gewählt wurde, beginnen alle Ausbildungsteilnehmer, die sich auf die eidg. Diplomprüfung vorbereiten, mit den fünf Basis- bzw. Hauptmodulen:

- Trainer für psychosoziale Gesundheitsförderung
- Reha Trainer
- Gesundheitscoach
- Grundlagen der Unternehmensführung
- Personal- und Qualitätsmanager

Im Anschluss vertiefen sich die Ausbildungsteilnehmer in ihrer jeweiligen Fachrichtung. Angehende Experten der Fachrichtung I besuchen die Fachmodule „Gesundheitsmanager" und „Betrieblicher Gesundheitsmanager". Für die Abschlussprüfung der Fachrichtung II werden die Fachmodule „Controlling- und Finanzmanager" sowie „Unternehmensmanager" absolviert.

Für detailliertere Informationen zum modularen Aufbau der Expertenausbildung steht Ihnen der SAFS-Bildungsberater Lars Jenny telefonisch unter 044 404 50 70 oder per E-Mail via info@safs.com zur Verfügung.

SAFS
SWISS ACADEMY OF FITNESS & SPORTS

Die Matrix «Connected Solutions» erhalten Plus X Award in 4 Kategorien

Die digitalen Fitnesslösungen Connected Solutions von Matrix wurden von der Jury des Innovationspreises Plus X Award in den Kategorien Innovation, Design, Bedienkomfort und Funktionalität ausgezeichnet. Individuelle, digitale Trainingsbetreuung für eine einzigartige Customer Journey sowie das innovative Gerätemanagement sind nur einige der Vorteile, die Connected Solutions von Matrix ermöglicht. Die Mitglieder erhalten ein herausragendes Trainingserlebnis durch ein modernes Anmeldeverfahren an den Cardio- sowie Kraftgeräten, kontaktlos per State of the Art RFID Anmeldung.

Dadurch können sie auf ihre personalisierten Trainingspläne, ihr Facebook- oder Netflix Account, TV oder exklusive Trainingsprogramme zugreifen. Über eine direkte Schnittstelle (Apple Watch) oder die Anbindung an zahlreiche Drittanbieter-Apps und Wearables können die Trainingsergebnisse und Fortschritte bequem und nahtlos aufgezeichnet und verfolgt werden. Auch ergänzende Trainingskonzepte wie elektronisch gesteuerte Zirkel oder Rücken- und Gelenkkonzepte, die im Fitnesscenter gesetzt werden, sind über Connected Solutions verbunden. Eine Schnittstelle zu Software Lösungen für die Mitgliederverwaltung ermöglicht eine bequeme Differenzierungen, z.B. einen erweiterten Status der Mitgliedschaft für die exklusive Nutzung sämtlicher Entertainment Funktionen der Geräte.

Werner Kieser startet im Heimgeräte-Markt

Als wahrscheinlich ältester Jungunternehmer der Schweiz lanciert Werner Kieser ein Trainingsgerät für den Heimgebrauch. Seine Idee ist ein Kieser-Trainingsgerät für alle, die nicht in ein Kieser-Studio gehen wollen oder können. Das Zielpublikum definiert Werner Kieser sehr breit: «Vom Goof bis zum Grosi». Denn mit seinem Gerät, welches er Kieser-Kontor nennt, könne man alle wichtigen Muskelgruppen — Brust, Bizeps, Trizeps, Rücken, Gesäss und Beine — trainieren.

Vor zwei Jahren hat er seine Firma Kieser-Training verkauft. Er hatte die Thematik mit seinen Nachfolgern besprochen und alle sind zum Schluss gekommen, dass der Heimmarkt eine ganz andere Geschichte als die Studiowelt sei und somit eine Konkurrenzierung der Fitnessstudios ausgeschlossen ist. Die starke Konkurrenz aber befindet sich im Markt der Home-Multitrainer. Die Abgrenzung sieht Werner Kieser in der Einzigartigkeit seines Gerätes. Mittels einer patentierten S-Schiene kann die trainierende Person auf einem beweglichen Schlitten ihre Schwerkraft unterschiedlich einsetzen. Dies sei biomechanisch sinnvoll und bringe adäquaten Widerstand in jeder Position.

Einsatzgebiete für sein Gerät, welches im Frühling 2020 auf den Markt kommen soll, sieht er fast unbeschränkt: Für daheim, im Büro oder in Turnhallen sowie als Rückentraining für die Kinder, um nur einige zu nennen.

Ralf Moeller lebt jetzt vegan

Der deutsche Schauspieler und frühere Bodybuilder Ralf Moeller hat sich für seine körperliche Fitness nach mehreren Jahrzehnten von Fleisch, Fisch und Milchprodukten verabschiedet und schwört mittlerweile seit einem Jahr auf eine rein pflanzliche Ernährung. Den Sinneswandel begründet er mit fortschreitendem Alter.

Anzeige

OUTRACE
THE MODULAR GROUP FITNESS EXPERIENCE

Fimex Distribution AG | Exclusive Distributor for Switzerland
Werkstrasse 36 | 3250 Lyss | info@fimex.ch | www.outracefitness.com

Deutsche Hochschule
für Prävention und Gesundheitsmanagement
University of Applied Sciences

SAFS
SWISS ACADEMY OF FITNESS & SPORTS

STUDIERENDE ALS WERTVOLLE MITARBEITER IN IHREM CENTER

Profitieren Sie vom praxisnahen Studienmodell!

Individuelle Kundenbetreuung, hohe Qualität sowie eine ständige Weiterentwicklung sind die Basis für ein erfolgreiches Unternehmen. Studierende in dualen Bachelor-Studiengängen arbeiten durch den hohen Anteil an betrieblicher Ausbildung aktiv an der Entwicklung des Unternehmens mit. Für Absolventen eines grundständigen Studiums besteht die Option, sich durch ein Fernstudium mit kompakten Präsenzphasen bis zum Master-Abschluss weiterzuqualifizieren. Studienstart jederzeit möglich.

Bachelor of Arts (dual)

- Fitnessökonomie
- Sportökonomie
- Gesundheitsmanagement
- Fitnesstraining
- Ernährungsberatung

Master of Arts

- Fitnessökonomie
- Prävention und Gesundheitsmanagement
- Sportökonomie

Master of Business Administration

- Sport-/Gesundheitsmanagement

+41 44 404 507 0 • safs.com

Führungswechsel bei Polar Electro Europe AG

Nach elf Jahren in Diensten von Polar, davon acht Jahre als General Manager Switzerland, hat Peter Stolba das Unternehmen per Ende März auf eigenen Wunsch verlassen. In Zukunft wird er mit seinem StartUp STOLUTIONS GmbH smarte Produkte und Dienstleistungen rund um die Themen Fitness, Gesundheit, Sport und Velo anbieten. Seine Nachfolge ist mit dem langjährigen Polar internationalen Eric Chouhmat bereits geregelt. Der gebürtige Westschweizer war nach verschiedenen Auslandsstationen die letzten Jahre für Polar in Schweden tätig und freut sich nach seiner Rückkehr nun auf die neue Aufgabe in seinem Heimatland.

Pierre Geisensetter übernimmt Geschäftsführung von THE MIRAI

Pierre Geisensetter, Ralph Scholz (v.l.) © THE MIRAI

Nach über fünf Jahren als Unternehmenssprecher innerhalb der RSG Group übernimmt Pierre Geisensetter ab dem 1. Juli 2019 die Geschäftsführung von THE MIRAI in Oberhausen. Damit löst er Ralph Scholz, der in Oberhausen ein Projektsteuerungsunternehmen gründen und THE MIRAI weiterhin beratend eng verbunden bleiben wird, nach zwei Jahren erfolgreicher Aufbauarbeit ab. «Zu meinen neuen Tätigkeiten wird der Aufbau eines unabhängigen Fachbeirats zählen, der aus den unterschiedlichsten Branchen und Geschäftsfeldern bestehen wird und durch seine Neutralität dafür sorgt, dass THE MIRAI dauerhaft am Puls der Zeit bleibt, als Trendsetter agiert und mit seinen Innovationen weit über die Branche hinaus strahlt», sagt Ralph Scholz.

«Mit Stolz und Respekt und trete ich meine neue Position an. Fitness begleitet mich von Kindesbeinen an und hat meinen Lebensweg schon mehrmals entscheidend beeinflusst. Nun dafür verantwortlich zu sein, die Vision des weltweit ersten Zentrums der Fitnessbranche umzusetzen und dieses einmalige Projekt der B2B-Plattform ins Leben zu rufen, ist für mich wie ein Traum, der gerade Wirklichkeit wird und mit jedem Tag mehr und mehr Gestalt annimmt», so Geisensetter.

eGym holt erfahrenen Digitalisierungsexperten

Christoph Bischoff ist neuer Chief Revenue Officer der eGym GmbH und damit für den internationalen Umsatz des Münchner Sports-Tech Unternehmens verantwortlich. Zu den Kernaufgaben des 52jährigen gehört die Übersetzung der aktuellen und künftigen Kundenbedürfnisse in die Planung der weiteren Produkt-Roadmap. Geografisch richtet Christoph Bischoff, der 13 Jahre seiner Berufslaufbahn im Ausland verbrachte, den Blick insbesondere auf Europa und zunehmend auf asiatische Märkte. Er verfügt über jahrzehntelange Erfahrung in den Bereichen digitale Geschäftsmodelle und Software as a Service. Christoph Bischoff ist selbst ein ambitionierter Sportler, spielt für seinen Club Iphitos München Tennis in der zweithöchsten deutschen Liga seiner Altersklasse, fährt Ski und hat ausweislich der eGym Fitness App ein aktuelles Bio Age von 29 Jahren.

Anzeige

slimbelly®
by AIRPRESSURE BODYFORMING

slimlegs®
by AIRPRESSURE BODYFORMING

Magic in the air

DIE MAGISCHE FORMEL FÜR ERFOLGREICHE STUDIOBETREIBER

Slim Belly – das einzigartige Figurkonzept mit über 1,2 Mio. Teilnehmern sorgt für:

MEHR Kundenzufriedenheit
»» sensationelle Ergebnisse in 4 Wochen

MEHR Weiterempfehlungen
»» begeisterte Teilnehmer laden mehr Freunde ein

MEHR Mitgliedschaften
»» viele neue Interessenten

MEHR Gewinn
»» Rundum-sorglos-Paket mit Vermarktungskonzept und Tools

Erfahren Sie alles unter **www.aciso.com**

Die Lösung

BEGEISTERTE TEILNEHMER - GARANTIERT!

Starten Sie jetzt mit 6 Monate Happy Garantie und sichern Sie sich Ihren Standort!
Details erhalten Sie per Tel. 043 488 04 90 oder Mail: ariane.egli@greinwalder.com

ACISO

Personalmanagement der Zukunft Herausforderung Generation Z

Kai Pauling, Mir Farid Vatanparast und Sofie Pettersson

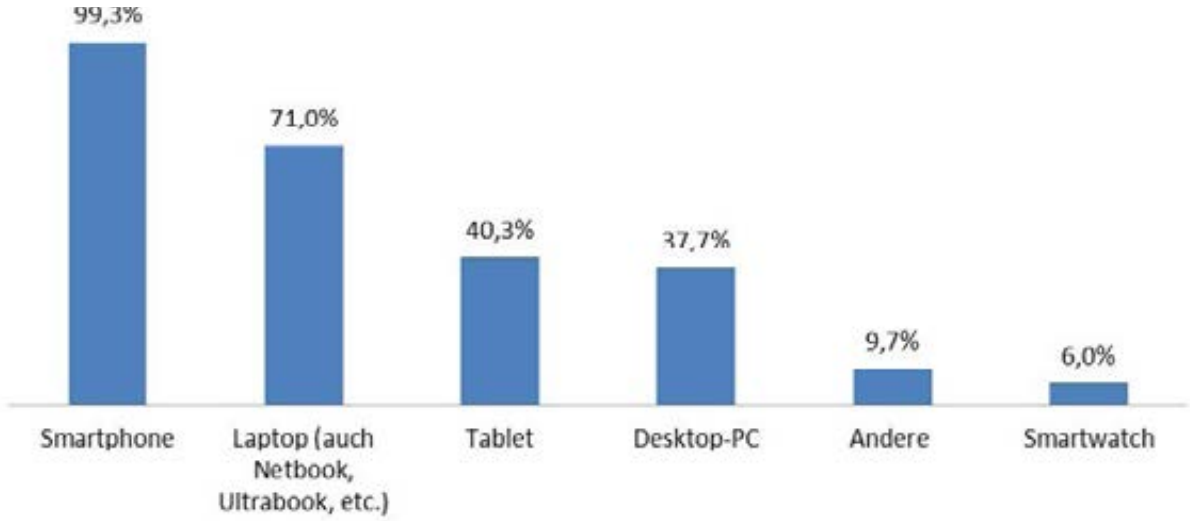
2030 droht in Deutschland ein Defizit von bis zu 170'000 Sportakademikern und 100'000 Fitnessfachkräften. Aufgrund der demografischen Entwicklung und des starken Wachstums des Fitnessmarktes wird die Bewerbersuche in zehn Jahren für die meisten Unternehmen nicht nur zum Kostenfaktor, sondern ebenso zur existenziellen Herausforderung werden. Konnten Arbeitgeber bisher aus der Menge der Bewerber die Rosinen herauspicken, wird unter den Kandidaten aus der Generation Z die freie Auswahl eher zur Suche nach der Nadel im Heuhaufen.

Was ist Generation Z?

Mit Generation Z werden die Menschen beschrieben, die etwa zwischen 1995 und 2010 geboren sind. Geborene dieser Jahre zeichnen sich dadurch aus, dass sie unter dem Einfluss der digitalen Technik und Social Media sozialisiert wurden.

Ihnen zugeschrieben Attribute sind u. a.:

- Generation Smartphone, deren Aufmerksamkeits-/Interessenspanne oft verkürzt ist,
- die in ihrer Entwicklung und Meinungsbildung mehr von Influencern beeinflusst wurde als durch klassische Bildung, belletristische Literatur, wissenschaftliche Fakten oder „neutrale" Medien,
- die aufgrund ihrer Helikopter-Eltern und ihres, sie dauernden beschönigenden Jugend- und Schulumfeldes eher zur starken Frustration neigt, wenn sie mit Kritik oder der Realität konfrontiert wird,
- die es gewohnt ist, dass ihr geholfen, sie nicht allein gelassen wird und beim Scheitern kaum erhebliche negative Konsequenzen zu befürchten hat,
- die in einer Überfluss-, Wegwerf- und „Geiz-ist-geil"-Gesellschaft aufgewachsen ist, diese Entwicklung und deren negativen Folgen für die Umwelt gerne kritisiert, dabei jedoch selbst eher opportunistische Ziele verfolgt und im Vergleich zu vorherigen Generationen eher weniger darüber nachdenkt bzw. bereit ist auf gewohnten Luxus und bequemen Komfort zugunsten der Allgemeinheit oder der Umwelt zu verzichten,
- die eher aus Realisten besteht und sich keiner gesellschaftspolitischen Illusionen hingibt und es nicht als ihren sozialpolitischen Auftrag ansieht, für eine Verbesserung auch für andere soziale Schichten Verantwortung zu übernehmen,
- die auf sich selbst bezogen ist, eher zur Selbstverliebtheit und Selbstüberschätzung neigt und daher die Berücksichtigung ihrer Wünsche und Forderungen als Selbstverständlichkeit ansieht, ohne dafür jedoch vorher besondere Energie einsetzen zu müssen oder es sich selbst zu erarbeiten/verdienen,
- die karriereorientiert ist und sich Stabilität und klare Strukturen wünscht, jedoch geringere Initiative oder grosses Verständnis bzw. Empathie für die Interessen ihrer Kollegen, des Unternehmens und deren Inhaber zeigt,
- die nur wenig bereit ist, sich intensiv in einem Team bzw. einer Gruppenleistung für andere zu engagieren, es sei denn, es kann daraus ein grösserer eigener Nutzen für sie selbst gezogen werden, d. h. sie ist egoistisch besonders auf ihre eigenen Vorteile bedacht und konzentriert sich wesentlich auf die Erfüllung eigener Ziele,
- die kaum über Leidensfähigkeit und Stressresistenz verfügt und daher weniger Loyalität gegenüber Arbeitgebern zeigt und sich bei Konflikten oder Schwierigkeiten eher zurückzieht, aufgibt, sich krankmeldet oder kündigt,
- die häufig weniger eigenständig ist, geringere motorische, sportliche, handwerkliche Fähigkeiten besitzt,
- der Selbstverwirklichung und eine klare Abgrenzung zwischen Arbeit und Privatleben (Work-Life-Separation) besonders wichtig ist, d. h. nicht bereit ist, zugunsten der Arbeitserledigung auf Freizeit zu verzichten,
- die international und multikulturell aufgewachsen ist, die klassische Rollenbilder ablehnt und Hierarchien kritisch hinterfragt.



Von Generation Z genutzte Elektronikgeräte (Quelle: Vatanparast & Adamaschek, 2018)

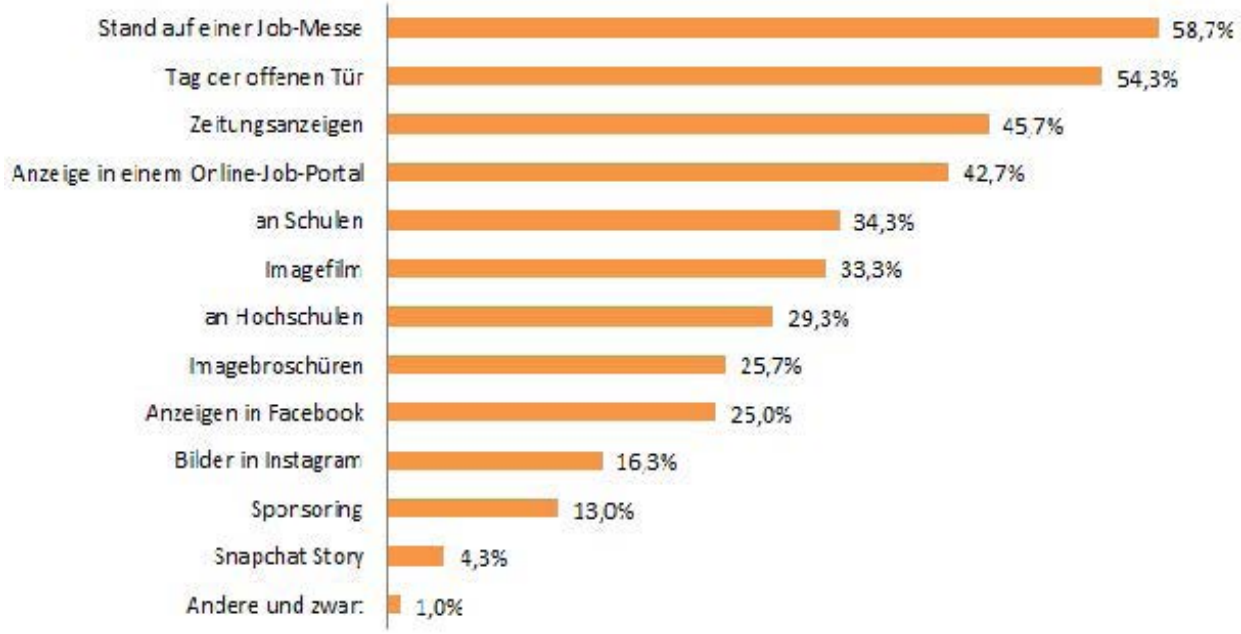
Für viele Menschen aus den früheren Generationen und nicht wenige Ökonomen wird die vorige Aufzählung sehr kritisch und als Gefahr angesehen, denn viele Aspekte sind geradezu antagonistisch zu den Mitarbeitereigenschaften, die das einstige Wirtschaftswunder und das Wachstum vieler Unternehmen erst möglich gemacht haben. Ein Mitarbeiter soll nach wirtschaftskonservativer Sichtweise ein Mehrwert als Produktionsfaktor generieren und nicht als blosser Kostenfaktor das Unternehmen belasten. Ein Unternehmen muss, wenn es sich in einem freien marktwirtschaftlichen Wirtschaftsraum befindet, für seinen eigenen Fortbestand sorgen und trägt damit Verantwortung für alle seine Share- und Stakeholder. Für kleine Einzelhandelsunternehmen gilt etwa die Faustformel, dass ein angestellter Verkäufer mindestens das Vierfache seines Lohnes zusätzlich für das Unternehmen an Umsatz generieren muss, damit er als Mitarbeiter langfristig finanzierbar ist und zum Erhalt des Unternehmens beiträgt.

Kritiker befürchten, dass durch die Generation Z Unternehmen mit existenziellen Auswirkungen zu kämpfen haben werden. Es wird geargwöhnt, dass die Produktivität der jungen Mitarbeiter durch sinkende individuelle Leistungsfähigkeit und -bereitschaft im Vergleich zu älteren Beschäftigten, sowie deren geringere Effizienz die Unternehmen weniger profitabel werden lässt, sodass dadurch nicht nur die Wettbewerbsfähigkeit und Rentabilität gefährdet wird, sondern langfristig durch Gewinnrückgang und Unternehmenskrisen der KMUs die Steuereinahmen des Staates erheblich einbrechen.

Wollen Unternehmen der Fitnessindustrie die Herausforderungen meistern und langfristig überleben, dann ist es jedoch nicht ratsam, sich ausschliesslich auf die Seite der Kritiker zu schlagen oder sich über die Attitüden der Generation Z zu echauffieren und auf externe Hilfe oder bessere Zeiten zu hoffen. Letztendlich wird es keine Alternative geben, als sich den neuen Herausforderungen zu stellen und sowohl das eigene Denken, Handeln und womöglich die gesamte Unternehmensstruktur anzupassen. Und auch wenn es unternehmerisch höchst schmerzhaft ist, wird es nicht selten auf einen Kompromiss zwischen dem Überleben mit weniger Rentabilität oder Unternehmenskrise aufgrund akutem Fachkräftemangel hinauslaufen.

Bewerbersuche im Generationenwechsel

Wie sich die Generation Z in ihrer Stellensuche und Auswahl unterscheidet, wird aus einer der ersten detaillierten Studien mit dem Titel „Die Generation Z im Mittelstand – Wie kleine und ▶



Werbemassnahmen, die die Generation X ansprechen (Quelle: Vatanparast & Adamaschek, 2018)

mittlere Unternehmen junge Mitarbeiter gewinnen können" (2018, Vatanparast & Adamaschek) erkennbar. Dabei sind folgende Aspekte besonders interessant:

In welchen Räumen bewegen sie sich?
Ohne Smartphone geht nichts mehr. War für die Generation X noch das persönliche Treffen mit der Clique in der realen Welt unerlässlicher Bestandteil des sozialen Lebens, ist für die Generation Z deren Social-Media-Profil zur tatsächlichen Identität und die Aktivität in den Online-Netzwerken zwanghafter Charakterbestandteil geworden. Was nicht in den Social-Media-Kanälen erscheint, ist für die Generation Z kaum existent. Die Generation Z verbringt den Grossteil ihrer Zeit im Internet und richtet nahezu ihre gesamte Aufmerksamkeit auf die sozialen Medien.

Wie möchte Generation Z angesprochen werden?
Auch wenn sich die Generation Z nahezu ausschliesslich online bewegt, kann eine direkte Kontaktaufnahme von Unternehmen über Social Media mit der Generation Z gefährlich sein. Laut Studie lehnt ein Grossteil der Befragten eine direkte Kommunikation über Social Media, z. B. Instant Messaging, strikt ab. Dennoch ist es für sie wichtig, dass sich ihre potenziellen Arbeitgeber in sozialen Netzwerken, wie YouTube, Facebook oder Instagram präsentieren.

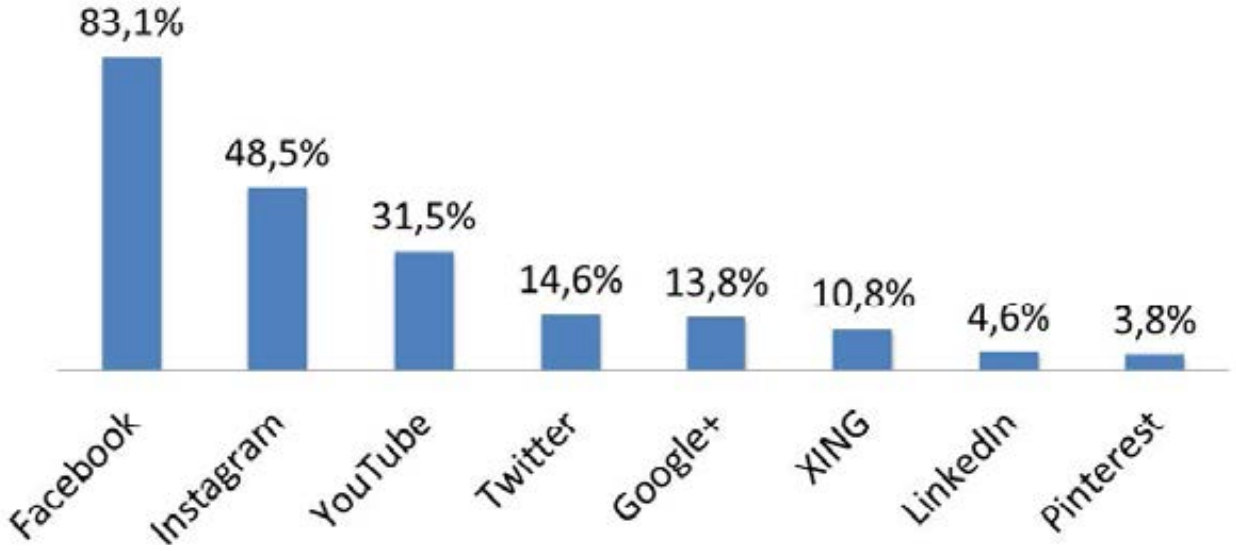
Wo und wie können Arbeitgeber die Bewerber finden und ansprechen?
Es wird künftig unerlässlich, dass Unternehmen eine Gesamtstrategie dazu entwickeln, wie sie junge Talente ansprechen wollen. Das Prägen einer eigenen Arbeitgebermarke mit einer starken Medienpräsenz wird eine zentrale Rolle spielen müssen. Das Hauptaugenmerk sollte dabei vor allem auf einer authentischen Online-Präsenz liegen, da ein ehrlicher Aussenauftritt von der Generation Z besonderes unter die Lupe genommen wird. Daher ist es zu empfehlen, junge Menschen aus dem eigenen Unternehmen in den Rekrutierungsprozess mit einzubinden. Ideal erscheint dabei der Aufbau eines eigenen „Corporate Influencers", der das Unternehmen in den sozialen Medien mit der Generation Z vernetzt. Dabei handelt es sich jedoch nicht um einen klassischen Pressesprecher, der im Sinne der PR lediglich Adressaten mit Unternehmensdaten beliefern soll, sondern es geht um den Aufbau und die Pflege persönliche Interaktionen und das Erzeugen einer emotionale Bindungen im Sinne eines Social Brandings. Ziel ist es, das Unternehmen in die vernetzte Welt der Generation Z zu integrieren, damit diese es als Bestandteil ihrer multimedialen Internetwissensdatenbank akzeptiert. Eine unbedingte Voraussetzung hierfür ist es, dass Unternehmen insbesondere auf allen online Kanälen immer up to date sind. Es gibt für die Generation Z kaum etwas, dass mehr abschreckt, als hochtrabende Employer-Brading-Worthülsen und hippe Marketing-Claims auf schlecht designten und technisch veralteten Internetseiten aus einem HTML-Heimbaukasten. Ebenso sind für sie eine unpersönliche Kommunikation, d. h. automatisiert und auf Textbausteinen basierend, ein ausbleibendes oder verzögertes Feedback, langwierige Verfahrensdauern, bürokratische Prozedere und anonyme Formular-Blackboxes, d. h. keine direkten Ansprechpartner und klar erkennbaren Verantwortlichen, absolute No-Gos.

Als besonders geeignet für das Finden und Ansprechen von Bewerbern erscheint ein Messestand auf einer lokalen Job-Messe. Hier besteht insbesondere die grosse Chance, nicht nur die Generation Z, sondern auch direkt deren „Helikopter-Eltern" von den Möglichkeiten des Unternehmens zu beeindrucken, denn die Familie spielt für die Generation Z eine grosse Rolle bei der Berufs- und Unternehmensauswahl.

Was müssen Arbeitgeber künftig bieten bzw. machen, um Arbeitnehmer zu gewinnen bzw. zu halten?
Um die Generation Z zu gewinnen und diese zu binden, sollten die Arbeitsplätze als „Wohlfühlort" gestaltet werden. Dies kann zum Beispiel durch tägliche Annehmlichkeiten erfolgen wie etwa eine kostenlose Versorgung mit Kaltgetränken, Snacks oder Obst.

Unternehmen müssen zudem glaubhaft vermitteln, dass sie die individuellen Belange der Generation Z ernst nehmen und versuchen deren Forderungen gerecht zu werden. Dies beginnt bei flachen Hierarchien mit ergebnisorientierten agilen Managementstrukturen mit klarer Kommunikation und direkten Arbeitsanweisungen, und reicht über flexible Arbeitsmodelle, eine zeitlich überschaubare Step-by-Step-Karriere bis zu einer klaren Regelung zu persönlichen Freiräumen.

Auch wenn die Generation Z als flatterhaft gilt, d. h., dass sie nicht an die lebenslange Bindung an eine Tätigkeit oder an ein Unternehmen glaubt, ist bei der Vertragsgestaltung die Arbeitsplatzsicherheit von grosser Bedeutung. Unternehmen die durch Zeit-/Befristungsverträgen langfristige Personal-



Soziale Netzwerke, in denen Arbeitgeber sichtbar sein sollten (Quelle: Vatanparast & Adamaschek, 2018)

verpflichtungen vermeiden oder durch eine hohe Personalfluktuation einen Leistungswettbewerb unter den Mitarbeitern schüren wollen, werden von den Talenten der Generation Z kaum als Arbeitgeber ausgewählt werden.

Das Thema Fortbildung ist für die Generation Z ebenso ein wichtiges Entscheidungskriterium, wobei Unternehmen hier auf individuelle on demand Weiterbildungsangebote setzen sollten, da es unter der Generation Z eher ein Projektdenken gibt, d. h. sie möchte konkret nur das lernen, was sie für ein Projekt oder ihre derzeitige Tätigkeit aktuell auch wirklich benötigt.

Entlohnung der Generation Z

Die Generation Z lässt sich nicht mehr mit Überstundenzuschlägen oder Jahresumsatzboni locken, da sie statt auf eine hohe Bezahlung mehr an ihrer Selbstverwirklichung interessiert ist. Dementsprechend wünscht sie sich eher ein festes Gehalt statt eines Grundgehaltes mit leistungsorientierten Zuschlägen. Zusätzlich sollte sich das Unternehmen aber besondere immaterielle Anreize überlegen, die sie im Wettbewerb der Unternehmen um die besten Talente abheben. Ziel ist es dabei der Generation Z einen interessanten Arbeitsplatz, z. B. mit besonderen Projekten, einer persönlichen Anerkennung, z. B. Teilnahme an einer Messe, einem Workshop oder Event im Ausland und optimaler Vereinbarung mit dem Privatleben zu bieten, z. B. kostenloser Betriebskindergarten, Betriebssport oder zusätzliche Freizeit.

Fazit

Vielen mag es als unangemessen oder sogar ungerecht erscheinen, dass die Generation Z enorme Forderungen an die Unternehmen stellen und diese sogar ohne Hilfe von Gewerkschaften oder Arbeitskämpfen ganz einfach durchsetzen wird. Einzelne Unternehmen werden Widerstand leisten wollen, wie etwa ein Hamburger Unternehmer, der in einem Interview verlauten liess, dass er aus Frust über deren Attitüden keine Praktikanten aus der Generation Z mehr einstellen wird und dass es auch mit langjährigen Beschäftigten aus den vorherigen Generationen zu erheblichen Friktionen im Betriebsfrieden kommen könnte, wenn neue jüngere Mitarbeiter direkt bessere Konditionen erhielten. Letztendlich wird allen Beteiligten aber nichts anderes übrig bleiben, als sich mit der Situation zu arrangieren. Die Folgen des demografischen Wandels sind seit langem bekannt und werden sich weder durch Diskussionen oder durch Politikerversprechen in Luft auflösen. Nur die Unternehmen, die zeitig mit einem Turnaround gegen die drohende Personalkrise reagieren, werden langfristig im harten Wettbewerb um die Fachkräfte bestehen können. Einfach wird es für die Unternehmen jedoch nicht werden, denn im Gegensatz zu vielen anderen Unternehmenskrisen, lässt sich diese grosse Herausforderung nicht einfach nur mit mehr Geld lösen. Genauso kreativ, flexibel, schnell und digital wie die Generation Z ist, wird sich auch das Personalmanagement der Zukunft entwickeln müssen. Und vor allem in den Köpfen der „Alten" wird sich viel ändern müssen, denn so traurig es für sie auch ist, dass sie sich sehr lange und extrem hart ihre Position erkämpfen mussten, haben die Angehörigen der Generation Z lediglich aufgrund ihrer Geburtsjahre bereits alle Voraussetzungen, um ausserordentlich und in einer blitzartigen Geschwindigkeit sowie mit einem minimaleren Aufwand um ein vielfaches erfolgreicher zu werden. Ist es heute noch vielfach üblich, dass sich Führungskräfte keine potenzielle Konkurrenz ins Haus holen und High Potentials in den Auswahlverfahren systematisch aussortieren und ebenso alteingesessene Mitarbeiter neue potenzielle Leistungsträger gerne durch Mobbing oder Intrigen in der Probezeit zu Fall bringen, wird es für diese Unternehmen am Markt künftig kaum noch eine langfristige Chance geben. Im Gegenzug werden jedoch auch die Unternehmen, die nur einzig auf die Generation Z setzen und dabei die älteren Fachkräfte der Generation X vernachlässigen, scheitern, denn nur ein gesunder Personalmix aus allen Generationen und deren individuellen Stärken und Schwächen verspricht beste Chancen im künftigen Wettbewerb, um die epochalste Ressource: **Mitarbeiter*in.**

Quellen

Vatanparast, M. F., Adamaschek, B. (2018): Die Generation Z im Mittelstand, in: KCE Schriftenreihe der FOM, Band 1, Essen, ISSN (Print) 2627-1303 ■

Über die Autoren

Dr. Kai Pauling ist Dozent und unabhängiger Experte für Sport Management und Business Administration, insbesondere Fitnessmanagement, Change-/Turnaroundmanagement und Unternehmensführung. Kontakt: kai.pauling@sporting-expert.com

Prof. Dr. Farid Vatanparast ist Dozent für Human Resources und wissenschaftlicher Leiter des KCE KompetenzCentrum für Entrepreneurship & Mittelstand der FOM Hochschule für Ökonomie und Management.
Kontakt: farid.vatanparast@fom.de

Sofie Pettersson, M.A. in Business and Economics der Hochschule von Dalarna in Schweden. Ihre Fach-/Kulturerfahrung sammelte sie in Vietnam, China/Taiwan, Amerika und Schweden. Kontakt:
sofie.pettersson@sporting-expert.com

Erfolgsstory BioCircuit

Ein komplettes Trainingserlebnis in einer halben Stunde. Klingt nach Utopie, ist aber Realität. Mit dem BioCircuit von Technogym ist genau das möglich. Kraft. Ausdauer, Schnelligkeit, Beweglichkeit, Koordination, schnell und effektiv – das ist Zirkeltraining. Mit dem BioCircuit auf einer völlig neuen Ebene. Egal, was man trainieren möchte, mithilfe der hochmodernen BIODRIVE-Technologie wird das Workout individuell angepasst für die beste Muskelaktivierung und optimale Ergebnisse.

„Die Welt wird immer schnelllebiger, Menschen haben immer weniger Zeit. Mit diesem System weiss man als Trainierender genau, worauf man sich einlässt. 30 Minuten Workout, verschiedene Trainingsmöglichkeiten, Effizienz pur", nennt Uwe Maninger die Vorzüge des BioCircuit. Der Geschäftsführer von zwei INJOY-Filialen war einer der ersten, der das Potenzial des bahnbrechenden Systems erkannte und in seinen Studios implementierte.

„Investition hat sich bezahlt gemacht"

Er zögerte nicht lange, als er von BioCircuit hörte: „Unsere Kunden haben stets wenig Zeit, deswegen haben wir immer nach Lösungen gesucht. Es war logisch, dass wir uns für die neueste Technologie von Technogym entscheiden. Es war ein gewisses Risiko, weil wir ein bestehendes und gut funktionierendes System ausgetauscht haben. Es läuft aber sehr gut, die Investition hat sich absolut bezahlt gemacht."

Ein geführtes Zirkelprogramm bestehend aus Kraftequipment bietet den Kunden eine neue mitreissende Trainingserfahrung, die weder Anpassung noch Wartezeiten erfordert. Egal, was man erreichen möchte, mithilfe der hochmodernen BIODRIVE-Technologie wird das Workout individuell auf die Kunden zugeschnitten. Die Übungen und Belastungen, das Verhältnis zwischen Übungs- und Ruhephasen sowie das Übungstempo lassen sich definieren und in fünf personalisierten BioCircuit-Programmen für die verschiedenen Bedürfnisse speichern, abgestimmt auf den jeweiligen Benutzer: Start Moving, Lose Weight, Tone Your Body, Stay Young oder Boost Performance für Einsteiger und Hobby-Sportler, Gesundheitsbewusste und Fitness-Experten. Beste Trainingsergebnisse sind dank der Individualisierung garantiert.

Zahlreiche positive Aspekte

Doch nicht nur für die Kunden, auch für die Trainer änderte sich einiges. „Das ganze Betreuungssystem läuft über die My wellnesscloud. Früher haben wir in langwierigen Prozessen Trainingspläne erstellt, heute bekommt der Kunde beim Check-In über die Cloud direkt die auf ihn zugeschnittenen Übungen vorgeschlagen. Das rundet das Fitness-Erlebnis 3.0 perfekt ab", erläutert Maninger.

Das Format beinhaltet sowohl die Ausrüstung mit automatischer Einstellung nach der ersten Benutzererkennung, die Konsolen, die den Benutzern das Programm auf jeder Maschine anzeigen sowie den Unity Self, einen eigenen Terminal an dem die Benutzer das Training starten und beenden. Der Terminal sorgt für die Synchronisation aller Geräte.

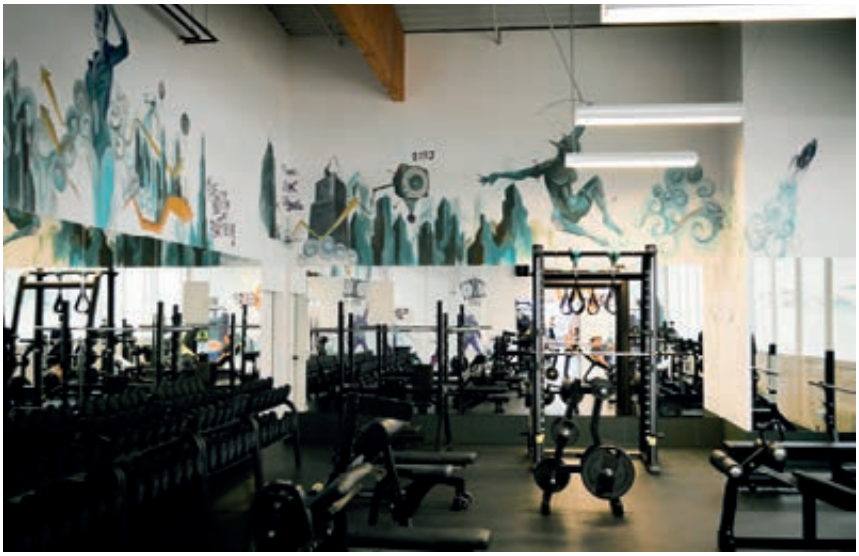
Sich für den BioCircuit zu entscheiden bedeutet aber mehr als den Kauf eines schlüsselfertigen Formates. Es stellt ein ganzes System der Geschäftsunterstützung dar, mit dem Ziel die Kundenbindung zu erhöhen, neue Mitglieder zu akquirieren und zusätzliche Einnahmen zu generieren. Die Mitgliederzahl wächst dank der grossen Attraktivität des Equipments kontinuierlich. Dies führt zu zusätzlichen Einnahmen durch Neukunden und sekundäre Ausgaben.

BioCircuit als Publikumsmagnet

Das bestätigt auch Uwe Maninger. Im INJOY Graz Süd hat sich der BioCircuit schnell zum absoluten Publikumsmagneten entwickelt: „Am Anfang herrschte etwas Skepsis aber auch grosse Neugier. Für uns war klar: Wenn wir so etwas angehen, dann mit Vollgas. Es ist auch wichtig, dass die Mitarbeiter das neue Produkt gut erklären und rüberbringen. Denn das beste Equipment nützt nichts, wenn du den Menschen dahinter nicht hast. Unsere Trainer wurden super geschult, das gehört zum Gesamtpaket dazu. Wir sind sehr zufrieden mit dem Output."

Das Studio im Süden von Graz ist bekannt vor die gute Kundenbindung und Kundeneinbindung. In den letzten beiden Jahren erreichte das Injoy Graz Süd jeweils den 2. Platz im nationalen Ranking von „Let's Move For a Better World", Technogyms globaler Kampagne für einen gesünderen Lebensstil. Maninger Erfolgsformel: „Es geht nichts ohne die Menschen im Hintergrund. Dazu haben wir ein bestens ausgestattetes Studio mit hochwertigen Geräten. Der BioCircuit ist sozusagen die Krönung."
Fotocredit: INJOY Graz Süd

Uwe Maninger, INJOY Graz



Das Studien- und Lehrgangszentrum Wien

Studieren und nebenberuflich weiterbilden an der DHfPG/BSA-Akademie

Neben den Studien- und Lehrgangszentren in Deutschland (bundesweit) und der Schweiz (Zürich) verfügt die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) darüber hinaus über Zentren in Österreich (u. a. in Wien). Die Präsenzphasen finden hier auf dem Campus des Bundessport- und Freizeitzentrums (BSFZ) Südstadt am Rande Wiens statt.

Quelle: BSFZ

Die **DHfPG** qualifiziert aktuell über 8000 Studierende zum Bachelor of Arts in den Studiengängen Fitnessökonomie, Sportökonomie, Gesundheitsmanagement, Fitnesstraining und Ernährungsberatung, zum Master of Arts in den Studiengängen Fitnessökonomie, Prävention und Gesundheitsmanagement sowie Sportökonomie und zum Master of Business Administration Sport-/Gesundheitsmanagement. **Den nächstmöglichen Studieneinstieg in Österreich bietet der duale Studiengang Bachelor of Arts Fitnessökonomie im Wintersemester 2019/2020.** Beim dualen Bachelor-Studium wird eine betriebliche Ausbildung mit einem Fernstudium und kompakten Präsensphasen verbunden.

Die **BSA-Akademie** gehört mit mehr als 70 staatlich geprüften und zugelassenen Lehrgängen zu den führenden Bildungsanbietern im Zukunftsmarkt „Prävention, Fitness und Gesundheit". Folgende anerkannte Qualifikationen werden derzeit am Lehrgangszentrum Wien angeboten (siehe Tabelle 1).

Weitere Lehrgänge werden nachfrageorientiert eingerichtet.

Bundessport- und Freizeitzentrum Südstadt

Der Campus des BSFZ Südstadt bietet Lehrgangsteilnehmenden sowie Studierenden die ideale Umgebung mit besten Lern- und Lehrbedingungen mit modern eingerichteten Unterrichtsräumen sowie professionellen Trainingsanlagen für die Praxiseinheiten, die wichtiger Bestandteil der Ausbildung sind. Das riesige, autofreie Areal im Süden Wiens ist direkt an die Badner Bahn angeschlossen (eigene Station Maria Enzersdorf / Südstadt) — mit ihr erreicht man leicht die nahe Bundeshauptstadt Wien und die zahlreichen Sehenswürdigkeiten. Das Restaurant bietet ein Free-flow-Buffet mit gesunder, fettarmer, sportlergerechter Ernährung sowie zuckerfreie Getränke und ist auch für externe Gäste geöffnet. Ebenso gehört zu dieser Anlage ein kleiner See am Südende des Areals samt naturbelassener Spazier- und Joggingwege.
Weitere Informationen unter:
www.dhfpg-bsa.de

Infoveranstaltung für Unternehmen zum dualen Studium:

Am 10. Juli 2019 findet eine DHfPG-Infoveranstaltung für interessierte Unternehmen am Studienzentrum Wien statt: Was sind Ihre Vorteile? Wie gewinnen Sie Studierende? Wie profitieren Sie als auch die Studierenden?
Zur kostenfreien Anmeldung:
www.dhfpg.de/events

Tabelle 1

Beginn	Ende	Lehrgang
11.07.2019	14.07.2019	Ernährungstrainer/in-B-Lizenz
19.08.2019	21.08.2019	Trainer/in für Cardiofitness
22.08.2019	25.08.2019	Fitnesstrainer/in-B-Lizenz
20.09.2019	22.09.2019	Gesundheitstrainer/in
27.09.2019	29.09.2019	Trainer/in für Sportrehabilitation
11.10.2019	13.10.2019	Trainer/in für gerätegestütztes Krafttraining
05.12.2019	08.12.2019	Fitnesstrainer/in-B-Lizenz
09.12.2019	12.12.2019	Ernährungstrainer/in-B-Lizenz

miha bodytec
made in germany

EMS-TRAINING
A GLOBAL MOVEMENT!

100% KONFORM!
miha bodytec erfüllt alle Anforderungen der **DIN Norm 33961-5** für EMS-Training.

EMS ELEKTRO - MUSKEL - STIMULATION

Nach aktuellen Analysen gehört „EMS-Training" zu den Top-Themen der Fitness- und Gesundheitsbranche. Die Zahl der Anbieter hat in den letzten Jahren stetig zugenommen und wird weiter unaufhaltsam wachsen.

Nutzen Sie diese Zukunftsperspektive auch für Ihr Unternehmen!
Als Marktführer, Partner und Taktgeber bieten wir jedem gewerblichen Anbieter von EMS-Training ein umfassendes Leistungspaket, das hilft, erfolgreich zu sein und sich im Zukunftsmarkt „EMS" zu positionieren.

Jetzt Beratungstermin vereinbaren!

OFFICIAL
DISTRIBUTOR

miha bodytec
made in germany

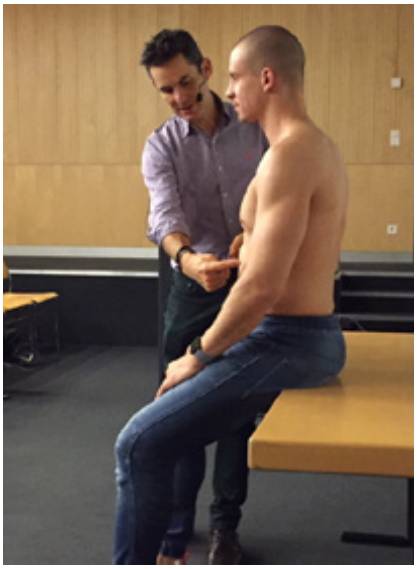
www.miha-bodytec.com

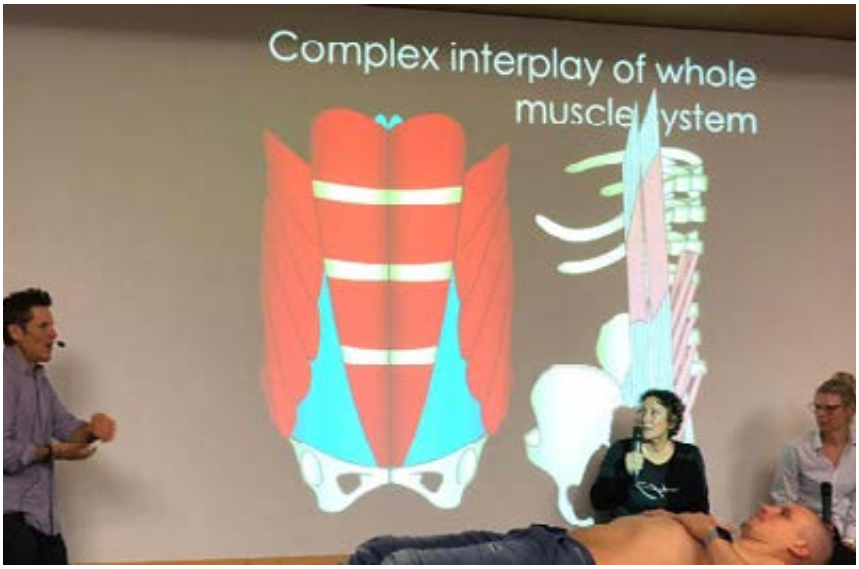
OFFICIAL DISTRIBUTOR:

Soledor AG
Grüngenstrasse 19
4416 Bubendorf
Schweiz

Tel.: +41 61 926 87 77
Fax: +41 61 926 87 78
E-Mail: info@soledor.ch
www.soledor.ch

Die Obliquen können viel Unheil anrichten





Stolz konnte ich letzten Samstag Prof. Paul Hodges für einen Tages-Event der star education in Zürich präsentieren. Er ist einer der gefragtesten und anerkanntesten Referenten weltweit und er ist seinem Ruf, ausgezeichnet zu sein, absolut gerecht geworden, es war grossartig!

Vieles, was er über dynamische Stabilisation gesagt hat, hat uns «Antara®-Trainer» sehr bestätigt. Was uns und mich in Hodges Aussagen überrascht hat, ist das Ausmass an Störung, welche überaktive und/oder kurze Obliquen verursachen.

Offensichtlich ist, dass es für eine gesunde Bewegung alle Muskeln braucht und alle Muskeln gleich «wertvoll» und wichtig sind.

Offensichtlich ist auch, dass nicht alle beteiligten Muskeln, die gleiche Aufgabe haben, jeder hat unterschiedliche Aufgaben. Werden sie dieser Aufgabe nicht gerecht, dann führt das zu Funktions- und Bewegungs- und Atmungs-Störungen.

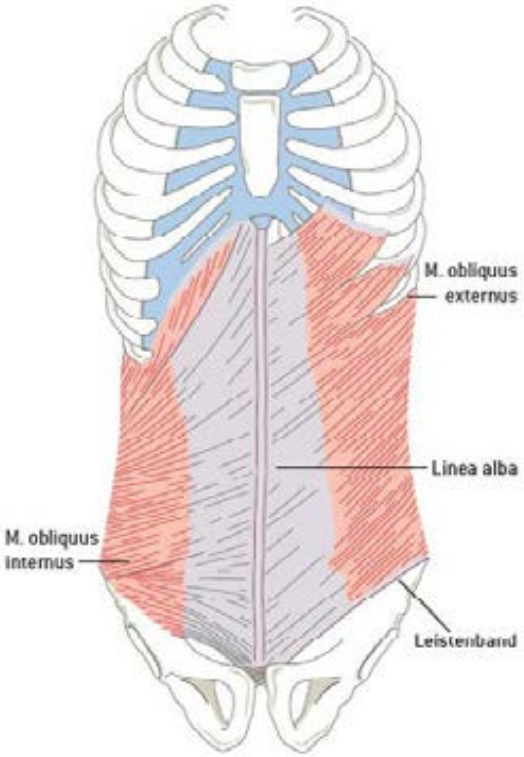
Funktion der Obliquen (innere- und äussere schräge Bauchmuskeln)
Die schräge Bauchmuskulatur hat in der Bewegung Rotation und Rotationskontrolle zur Aufgabe. Sie gehören zur Atemhilfsmuskulatur und sie haben einen relevanten Einfluss auf die Körperhaltung.

Muskulus obliquus internus und externus abdominis (der untere und obere schräge Bauchmuskel)
«.... dreht den Thorax gegen das Becken zur Gegenseite und wirkt bei beidseitiger Anspannung beugend auf die Wirbelsäule. Ausserdem erzeugt er, gemeinsam mit den anderen flachen Bauchmuskeln, die «Bauchpresse», etwa bei der Geburt, oder bei Miktion und Defäkation. Sein cranialer Anteil kann bei beidseitiger Anspannung die untere Thoraxapertur verengen und damit expiratorisch wirken .... »

aus: Das Muskelbuch, Valerius K.P. et al

Fehlfunktion der Obliquen
Fehlfunktion heisst, die Obliquen arbeiten in Überaktivität und/oder beidseitig in dauernder konzentrischer Kontraktion.

Probleme durch Fehlfunktion der Obliquen
Haben die Obliquen eine solche Überaktivität, beeinflusst dies folgende Funktionen:



Körperhaltung — sie machen in der BWS und in der LWS Beugung, ziehen den Thorax und das Becken aus ihrer neutralen Stellung. Das heisst, der Kunde steht in der Beugerkette und somit ist die Streckerkette gestört. Zur Streckerkette gehören die tiefen und die oberflächlichen Multifidii. Die Multifidii haben eine wichtige Funktion in der segmentalen und globalen Stabilisation der Wirbelsäule, dies ist gesundheitsrelevant.

Atmung — durch den dauernden Zug der oberen Obliquen wird die Brustkorbatmung und die Bauchatmung gestört. Die konzentrischen oberen Obliquen bremsen oder verhindern die Atembewegung der Rippen, somit ist die Einatmungsbewegung gestört, die Kontraktion des Zwerchfelles behindert.
Konzentrisch angesteuerte untere Obliquen bremsen und behindern die Bauchatmung. Der Bauch sieht zwar flacher aus, die Bauchdecke ist jedoch hart, die Einatmung wird nicht zugelassen.

Beckenboden — die überaktiven Obliquen erhöhen den Druck auf den Beckenboden. Einerseits wegen der Volumenverkleinerung des Thorax, andererseits wegen der blockierten Bauchatmung. Die Atmung macht Druckveränderung im Rumpf und wenn diese durch die unterschiedlichen Core-Muskeln nicht «organisiert» werden kann, muss der Druck nach unten abgeleitet werden. Dies ist eine Überlastung des Beckenbodens.

Auslöser solcher Fehlfunktionen

- **Schlechte Körperhaltung** ... im Alltag, schlechte Ausgangspositionen im Training. Unter «schlecht» verstehe ich Ausgangspositionen, die nicht neutral, sondern gebeugt sind.
- **Einseitige Trainingsreize** — im Training werden mehr Beugereize als Streckreize gesetzt. Dazu gehören Crunches, die alten unnötigen Sit Ups, aufrollen, abrollen, über Obliquen-Spannung das Becken aufrichten und so die Lordose auflösen usw.

Um Missverständnissen vorzubeugen

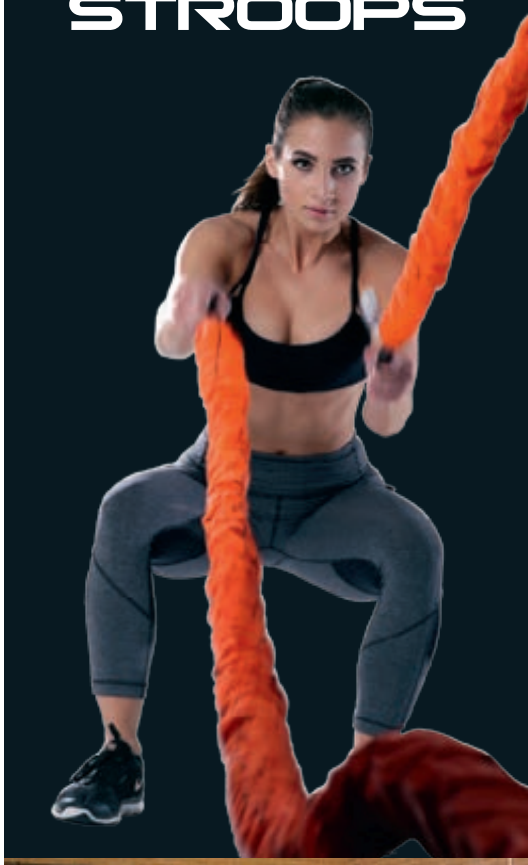
Es geht nicht darum, kein Obliquen-Training mehr zu machen, sondern darum, ausgeglichene Trainingsreize (Beuger und Strecker trainieren) zu setzen und die Teilnehmer in eine aufrechte Haltung zuleiten.

Denn, haben die Obliquen im Alltag eine hohe Spannung und/oder arbeiten sie konzentrisch, dann richten sie viel Unheil an.

Karin Albrecht
star education
www.star-education.ch

Anzeige

STROOPS



STROOPS REVOLUTION

Athletic Training (Gruppe / Circuit)
Ankerpunkte auf diversen Höhen
Dynamik mit drehbarem Teller
Leicht verschiebbar

TUM
www.tum-sports.com

Phone +41 26 684 10 00
info@tum-sports.com

BranchenTag der Bewegungs-, Fitness und Gesundheitsindustrie

Am Samstag, 18. Mai 2019 fand der BranchenTag der Bewegungs-, Fitness- und Gesundheitsindustrie des Schweizerischen Fitness- und Gesundheitscenter Verband (SFGV) zum ersten Mal in Kooperation mit dem Berufsverband für Gesundheit und Bewegung (BGB) im Kursaal Bern statt.

Am BranchenTag trafen sich Unternehmer und die Fitness- und Gesundheitsindustrie, um gemeinsam vom reichhaltigen Informations- und Networking-Angebot zu profitieren. Zum ersten Mal fand der BranchenTag nicht mehr in Luzern statt, sondern in Bern. Ebenfalls wurde der BranchenTag erstmals an einem Samstag durchgeführt.

Begonnen hat der Tag um 10.45 Uhr mit einem Apéro riche und der Gelegenheit, die Fachausstellung, die dieses Jahr mit gut 35 Ausstellern wesentlich grösser ausfiel, zu besuchen. Für die Mitglieder des BGB begann der Tag bereits früher, da dieser seine Mitgliederversammlung bereits um 9.30 Uhr abhielt. Für die Mitglieder des SFGV folgte um 12 Uhr die Mitgliederversammlung.

SFGV Mitgliederversammlung

Claude Ammann konnte sein 10-jähriges Jubiläum als Präsident des SFGV feiern und stellte den Mitgliedern sein Motto vor: «Frage nicht, was der Verband für Dich tun kann, sondern was Du für den Verband tun kannst». Er empfahl seinen Mitgliedern, sich noch stärker in den Bereichen Gesundheit, Physio und Reha zu engagieren und keinesfalls die Preise zu senken. Nur so könnten sie eine klare Abgrenzung zu den Kettenbetrieben und Discountern schaffen.

Neuer Name für den Verband?

Spektakulär war die Idee, mit der Roland Steiner die Mitglieder zum Nachdenken angeregte. Er schlug vor, das Wort «Fitness» im Verbandsnamen komplett zu streichen und es mit dem Wort «Reha» zu ersetzen. Also sollte der Verband künftig „Schweizerischer Gesundheits- und Rehacenter Verband" heissen? Dieser Vorschlag soll nun ausgereift werden. Es ist spannend, wie es in der Angelegenheit weiter geht.

Ebenfalls empfahl Roland Steiner den Mitgliedern auch, sich nicht in der Mitte zu positionieren und sich auf Gesundheit und ältere Menschen zu fokussieren, denn der demografische Wandel macht auch vor der Fitnessbranche nicht halt. Schliesslich schützt Bewegung vor Krankheit. Wichtig sei es, nicht zu jammern, sondern zu handeln, weitsichtig zu planen und sich Gedanken um die eigene Positionierung zu machen. Man solle neue Kundengruppen erschliessen, anders werben und flexiblere Verträge anbieten.

Neue Vorstandsmitglieder

Des Weiteren standen Wahlen an. Jürg Heim wurde einstimmig für die Vertretung des Tessin in den Vorstand gewählt, ebenso Tom Tholey für den Bereich Physiotherapie. Auch alle weiteren Anträge (u.a. Jahresrechnung und Budget) wurden einstimmig abgesegnet.

Anschliessend an die Mitgliederversammlung fanden aktive Workshops des BGB und spannende Fachvorträge des SFGV statt und beim Besuch der Fachausstellung konnte gezielt das Netzwerken gepflegt werden. Die Fachausstellung wies in diesem Jahr eine um einiges grössere Fläche auf, war jedoch unterteilt in zwei Bereiche. Bei den Besuchern konnte man fast ausnahmslos in glückliche Gesichter blicken, wobei sich die Aussteller noch ein wenig an die neuen Gegebenheiten gewöhnen müssen. Da die Fachausstellung im Vergleich zum KKL viel weitläufiger war, hatten einige Besucher Mühe, anfangs den einen oder anderen Aussteller zu entdecken.

Durch die örtliche Anpassung des Standortes erhoffte sich der Verband, dass mehr Mitglieder aus der Westschweiz am BranchenTag teilnehmen. Doch diese Verschiebung brachte beim ersten Mal in Bern keine signifikante Änderung zutage. Es war eher zu bemerken, dass sich weniger Tessiner, wahrscheinlich aufgrund des längeren Anfahrtsweges, entschlossen hatten, am BranchenTag teilzunehmen.

Spektakulärer Gala Abend

Gegen 19 Uhr war es dann soweit: Das Galadinner mit Showblocks begann! Und dieses Jahr war das Dinner am neuen Standort im Kursaal Bern an Professionalität und Ambiente nicht zu übertreffen. Ein wunderschöner Saal, festlich dekoriert und auch die Technik war grandios. Zwischen den einzelnen Gängen fanden die Ehrungen der Finalisten der SwissSkills sowie der besten Absolventen Fachmann/Fachfrau Bewegungs- und Gesundheitsförderung EFZ und Fitness-Instruktor/Fitness-Instruktorin mit eidg. Fachausweis statt. Ausserdem wurde Mäge Frei für seine 15 jährige Tätigkeit als Prüfungsexperte geehrt und verdankt. Die Coverband ABBA Sister vermochte den ganzen Saal in gute Stimmung zu versetzen und konnte sogar Roland Steiner dazu bewegen, auf der Bühne eine Showeinlage zum Besten zu geben.

Award Fitness- und Gesundheitscenter des Jahres

Zum ersten Mal wurde der Award für das Fitness- und Gesundheitscenter des Jahres von der FITNESS TRIBUNE und des SFGV gemeinsam verliehen. Zum Fitness- und Gesunheitscenter des Jahres 2019 wurde der Fitnesstreff Niklaus in Reinach gewählt. Alex und Stephan Niklaus betreiben das Fitnesscenter seit 1988, beide sind seither immer noch an der Kundenfront tätig und betreiben ihr Center sehr seriös. Die Betreuung steht bei ihnen an oberster Stelle. Das Center ist 5 Sterne Fitnessguide zertifiziert, sie haben ausschliesslich gut ausgebildete Mitarbeiter mit Fachausweis angestellt und bilden Lehrlinge aus. Sie verfügen über ein komplettes Angebot (siehe ab Seite 72). Zudem ist es ein Familienbetrieb, denn die Kinder sind bereits im Center tätig.

Ein gelungener BranchenTag mit zahlreichen Ehrengästen fand gegen Mitternacht im Kursaal sein Ende. Der SFGV und der BGB dankten ihren Sponsoren, ohne die eine solche Veranstaltung nicht hätte stattfinden können. Nächstes Jahr findet der Event wieder im Kursaal Bern statt und zwar am Samstag, den 16. Mai 2020.

FITNESS
TRIBUNE

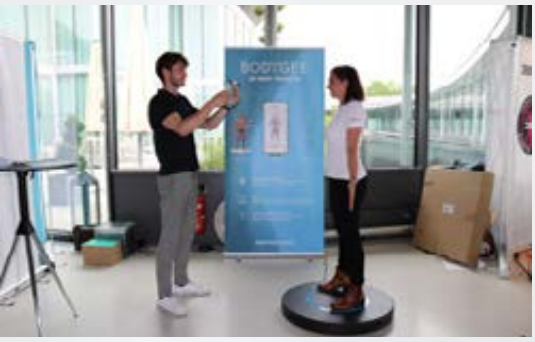
SCHUPP

Domitner

TECHNOGYM

28
Kinastic AG

DIAGNOSTIK & TESTING



Herrscht in der Mitte angenehme

Academy for
360° Functional Kinetic Coach
FUNCTIONAL

NEOGATE

make the Gym

DermaPlast ACTIVE

LET'S GO FITNESS

Wir expandieren und suchen Sie!

Let's Go Fitness der führende Fitnessanbieter der Westschweiz kommt jetzt in die Deutschschweiz.

Sie wollen Ihr Fitnesscenter verkaufen oder würde gerne bei Let's Go Fitness arbeiten?

Kontaktieren Sie uns schnell!

opportunity@letsgo-fit.ch

Fitnesstreff Niklaus in Reinach Fitness- und Gesundheitscenter des Jahres 2019

Ein Award des SFGV und der FITNESS TRIBUNE

Stephan und Alex Niklaus mit ihrem Team

Mit dem SFGV und FITNESS TRIBUNE Award werden Unternehmen ausgezeichnet, die sich in hervorragender Weise für die Fitness- und Gesundheitsbranche und die dahinterstehende Philosophie einsetzen und die den Markt nachhaltig verändert und der Schweizer Fitness- und Gesundheitsbranche wichtige Impulse gegeben haben.

Die Verleihung fand zum ersten Mal anlässlich des BranchenTag, am Samstag 18. Mai 2019, in Bern, statt. Sie soll anschliessend jährlich immer am BranchenTag abgehalten werden. Nicht die Grösse eines Unternehmens ist entscheidend, sondern die Vision, die Strategie und ihre Umsetzung, der Pioniergeist, die Originalität und die Qualität der Dienstleistung.

Sieger des Award 2019: Fitnesstreff Niklaus in Reinach

Alex und Stephan Niklaus betreiben das Fitnesscenter seit 1988 (über 30 Jahre), beide sind seither immer noch an der Kundenfront tätig und betreiben ihr Center sehr seriös. Die Betreuung steht bei ihnen an oberster Stelle. Roger Gestach sprach mit Stephan Niklaus:

RG: Stephan, herzliche Gratulation zur Wahl des Fitness- und Gesundheitscenter des Jahres 2019. Ihr seid seit über 30 Jahren an der Kundenfront tätig. Erzähle uns doch Eure Firmengeschichte und wie motiviert ihr Euch nach so einer lange Zeit immer noch, täglich für Eure Kunden da zu sein?

SN: Als wir 1988 unser Center eröffnet haben, haben wir eigentlich keine Gedanken daran verloren, ob wir diese Art Unternehmen bis zur Pension führen möchten. 1978 habe ich mein Krafttraining vom vereinseigenen «Kraftkeller» in ein Fitnesscenter verlegt. Ein ehemaliger Gewichtheber hat mich damals gesponsert, so konnte ich zu einem vergünstigten Preis in seinem Center trainieren. Das Center befand sich in den Räumlichkeiten eines Luftschutzkellers und war mit Olympiahanteln und selbstgebauten Geräten ausgestattet. Keine Lüftung, die Polster waren mit Klebeband geflickt und ein Rasenteppich zierte den Boden. Ein Kettler Ergometer war das einzige Ausdauergerät. Später kam ein Minilaufband dazu, welches aber fast niemand benutzt hatte. Die Garderobe bestand aus einem Raum von ca. 2,5 mal 2,5 Metern. An Dachlatten waren einfach lange Nägel eingeschlagen worden, um seine Klamotten aufhängen zu können. Es stand jedoch nur eine Dusche zur Verfügung. Ein Dreissigjähriger gehörte bereits zu den «älteren» Mitgliedern. Dies war sozusagen mein erster Kontakt zur Fitnessbranche. Während meiner Aktivzeit erhielt ich jeweils eine Jahreskarte für die John Valentine Fitnessclubs in der Schweiz. Den Club in Basel besuchte ich meistens nur zur Erholung, dieser war bereits damals mit Sauna, Whirlpool und kostenlosem Stehsolarium ausgestattet. Damals war dieser Club nur einer elitären Klientel zugänglich und meistens war ich mit Abstand der jüngste Besucher des Centers. Während meiner weiteren Laufbahn habe ich immer wieder in den verschiedensten Clubs und Krafteinrichtungen im In- und Ausland trainieren können. Dabei habe ich viele Einblicke und Eindrücke der Branche und Szene mitnehmen können. Nach mehreren Verletzungen und Operationen fing ich an mich mit meiner beruflichen Zukunft auseinanderzusetzen. Immer wieder bin ich jedoch beim Projekt Fitnesscenter hängen geblieben. Durch meine Einblicke in die Branche war ich immer der Meinung, dass man eigentlich vieles besser und professioneller machen und so einem breiten Publikum öffnen könnte.

Was uns zu Beginn immer gestört hat war, dass der ganzen Szene immer etwas anrüchiges oder unseriöses angehaftet blieb. Als wir begannen, bei Banken vorstellig zu werden um unser Projekt zu präsentieren, bekamen wir das zu spüren. Auch bei den Bewerbungen der Räumlichkeiten teilte man uns mit, dass wir schon eine AG Gründen könnten, vermieten würden Sie uns die Räume jedoch nur an uns persönlich. Eine Bank hat an uns und unser Projekt geglaubt und uns an eine Bürgschaftsgenossenschaft vermittelt, um den notwendigen Kredit doch noch zu erhalten. Die ersten Monate hat Alex noch in seinem Beruf Vollzeit gearbeitet und ist dann erst nach 17 Uhr im Center erschienen. Unsere erste Mitarbeiterin war damals eine Gymnastikpädagogin und auch für das «Rückenturnen» und die «Skigymnastik» zuständig. Eine Ausbildung als Fitnessinstruktor konnte damals in der Schweiz nirgends

absolviert werden. Die SAFS existierte zwar bereits, war jedoch nur im Gruppenkursbereich tätig. Salonfähig war das Krafttraining bei weitem nicht. Trotz all diesen negativen Begleiterscheinungen haben wir unsere Berufung nie in Frage gestellt. Die Entwicklungen in unserer Branche hat uns dazu immer wieder ermutigt. Bereits in den Anfangszeiten waren wir überzeugt, diese Art Training einem breiteren Publikum näher bringen zu können. Viele Visionen von damals sind zur Realität geworden und haben uns in unserem Handeln bestärkt. Unerwartete Situationen, unvorhergesehene Ereignisse und falsche Entscheidungen haben unseren Weg nie wirklich unterbrochen oder uns aufhalten können. Positives Denken und der Glaube, dass es irgendwie immer weiter geht, haben uns nie aus der Bahn werfen können. Aber schlussendlich ist es sinngemäss wie im Sport, man muss mit Rückschlägen, Siegen und Niederlagen umgehen können.

RG: Ihr wart Beide einmal sehr erfolgreiche aktive Sportler. Erzählt doch unseren Lesern, welche Erfolge Ihr mit dem Sport feiern durftet.

SN: Ich begann schon früh mit der Leichtathletik (Einzeldisziplinen) und habe erst mit 18 Jahren mit 10-Kampf begonnen. Mit 19 wurde ich Junioren Schweizermeister in dieser Disziplin. 1980 nahm ich an den Olympischen Spielen in Moskau teil (12. Rang). 1984 konnte ich mich ebenfalls für die Olympischen Spiele in Los Angeles qualifizieren, konnte da aber wegen einer Verletzung nicht starten. 1983 erreichte ich an der Leichtathletik-WM in Helsinki den 5. Rang, mein bestes internationales Ergebnis. Den Schweizer-Rekord konnte ich bis 1983 mehrmals verbessern, welcher seit 35 Jahren immer noch Bestand hat. Während dieser Zeit war ich mehrmals Schweizermeister im Zehnkampf und 1983 auch über 100 Meter. Nach meiner Laufbahn als Zehnkämpfer habe ich mich noch als Bobanschieber (2er und 4er-Bob) betätigt. Neben einigen Europacup Rennen waren ein 4. Rang an den Schweizermeisterschaften und ein Bündnermeister-Titel die besten Resultate.

Bereits als Fitnesscenterinhaber haben Alex und ich uns im Hobbysportbereich bewegt und an Laufsportveranstaltungen teilgenommen. In den 90er Jahren haben wir an Duathlons und Mountainbikerennen teilgenommen, oft auch mit Personen aus unserem Mitgliederkreis. Mit dem älter werden entschwand auch die Motivation an Rennanlässen teilzunehmen, nicht aber die Affinität zur sportlichen Leistung. So haben wir bereits mehrere Transalp-Touren oder Mehrtagestouren in der Schweiz und auf Korsika durchgeführt. Vor drei Jahren habe ich mit Skilanglauf begonnen und bereits drei Mal am «Engadiner» teilgenommen.

RG: Seid Ihr über den Spitzensport in die Fitnessbranche gekommen?

SN: Wie oben beschrieben habe nur ich den Weg über den Spitzensport gefunden. Alex hingegen hat über Skirennen, Leichtathletik, Kanufahren und Motocross das Krafttraining entdeckt.

RG: Viele Familienbetriebe scheitern oft daran, dass es untereinander Streit gibt. Ihr arbeitet nun schon sehr lange zusammen. Was ist Euer Geheimnis, dass die Zusammenarbeit zwischen Euch Brüdern so gut funktioniert?

SN: Das Geheimnis liegt wohl daran, dass wir nicht nur immer ein Herz und eine Seele sind und wir uns oft mit Entscheidungen auseinandersetzen müssen, weil wir eben nicht immer gleicher Meinung sind. Dazu gehört auch, dass der eine von uns einen Kompromiss eingehen muss, auch wenn dies der andere nicht so sieht. Dies betrifft die Auswahl und Höhe der Investitionen oder die Auswahl eines neuen Mitarbeiters. Jedoch haben wir nie wirkliche Auseinandersetzungen über finanzielle Aspekte gehabt. Nur wer keine Entscheidungen trifft, ▶

macht auch keine falschen. Sind wir gegenteiliger Meinung, so ist die Ausgewogenheit des Nachgebens über die Jahre gesehen gewährleistet. Zudem hat jeder von uns seine Stärken und Schwächen in einem anderen Gebiet oder in anderen Eigenschaften.

RG: Wie seid Ihr organisiert? Wie trefft Ihr Entscheidungen und wer ist für welche Aufgaben zuständig?

SN: Alex hat ursprünglich eine Ausbildung als Maschinenmechaniker absolviert und besitzt dadurch sehr viel handwerkliches Geschick. Durch diese Eigenschaft liegt ihm der Unterhalt der Infrastruktur und der Wartung der Geräte nahe. Alex ist Berufsbildner und Experte bei den Abschlussprüfungen, nachdem er bereits Experte für die FA Prüfungen gewesen ist.

Meine Aufgaben liegen vorwiegend in den administrativen Bereichen mit den Kunden und der Verwaltung. Marketing und das Abwickeln der finanziellen Bereiche, Ermitteln von Kennzahlen und statistische Auswertungen gehören ebenfalls in mein Ressort. Wichtige Entscheidungen werden gemeinsam getroffen. Für die Führung des Personals sind wir beide zuständig.

RG: Was hat sich in den letzten 30 Jahren für Euch am meisten verändert, was positiv, was negativ?

SN: In den Anfangszeiten war die Dichte der Fitnesscenter noch nicht gross und die Akzeptanz und die Wertschätzung um einiges geringer. Investoren, Grossunternehmen und Kliniken haben weder an die Notwendigkeit geglaubt, noch sich vorstellen zu können, damit Geld zu verdienen. Viele KMU's wie wir haben sozusagen den Weg für Quereinsteiger vorbereitet und geebnet. Ein Hauptproblem der Akzeptanz bestand darin, dass die damaligen älteren Generationen nicht mit der Fitnessbranche aufgewachsen sind und diese meist gar nicht kannten. Verändert hat sich mit der Gründung des damaligen SFCV (Schweizerischer Fitness Center Verbandes) die Situation was die Ausbildungen betraf. Wir sind Gründungsmitglied des Verbandes. Gerade die Abschlüsse mit eidg. Fachausweis sowie die Lehre mit EFZ-Abschluss haben weiter zur Anerkennung unseres Berufsbildes und unserer Branche beigetragen. Leider werden Lernende und Praktikanten oft nur während der Ausbildungszeit als günstige Mitarbeiter beschäftigt und nach der EFZ oder FA-Abschluss wieder durch neue Auszubildende ersetzt. Viele Discounter bilden höchstens aus oder verfügen über schlecht ausgebildedes Personal. Zahlreiche Absolventen sind bereits nach kurzer Dauer nicht mehr in der Branche tätig. Die zunehmende Marktbeherrschung von Discountern und Kettenbetrieben macht es nicht einfacher, sich als Einzelunternehmen zu behaupten. Der Preiszerfall und das Verschleudern von Rabatten, gratis Monaten und das «Abkaufen» von Mitgliedschaften anderer Center setzen unserer Meinung nach die falschen Signale und schwächen die ganze Branche. Negative Erfahrungen von Kunden in Billigcentern werden oft mit der ganzen Branche gleichgesetzt und leider werden die grossen Preisunterschiede nicht differenziert betrachtet. Es werden Äpfel mit Birnen verglichen!

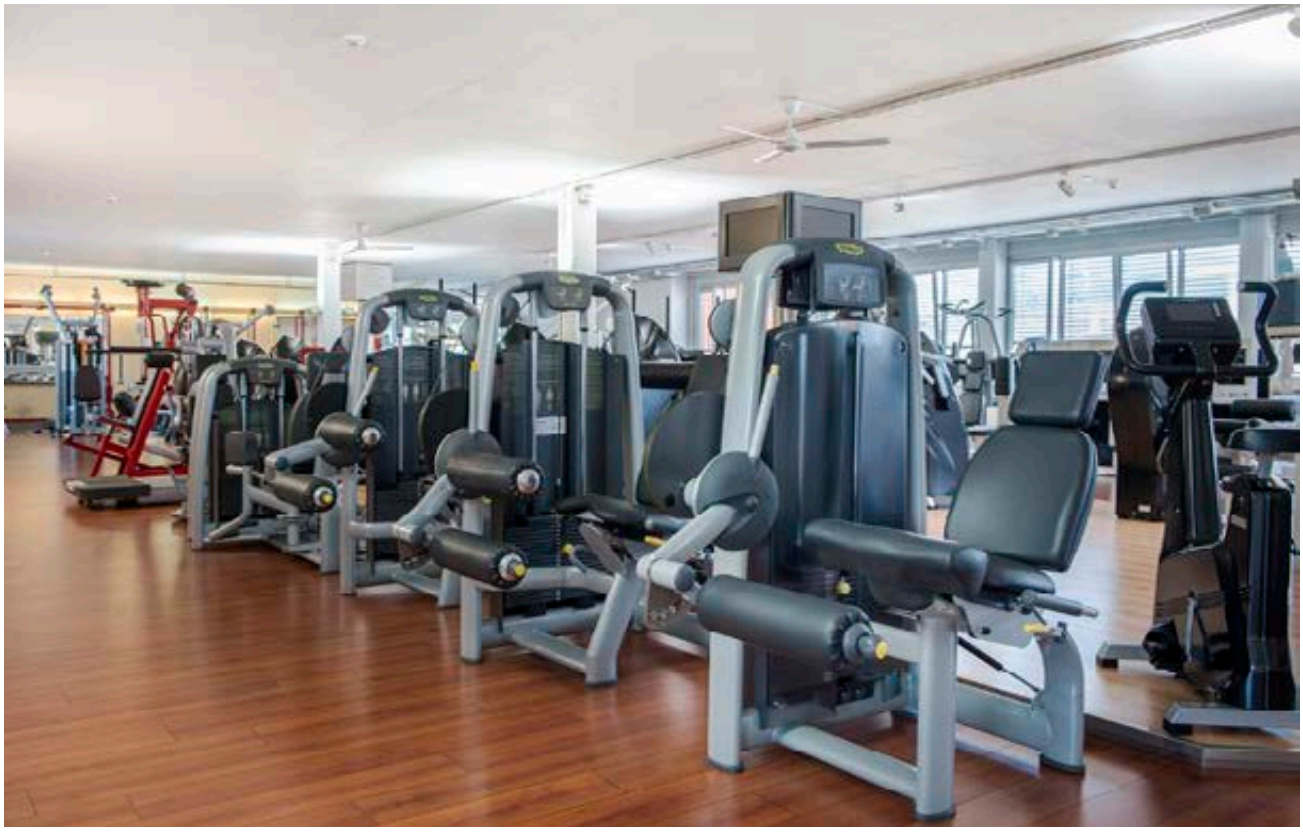
RG: Ihr habt „nur" ein Center. In der heutigen schwierigen Zeit mit der starken Expansion der Discounter und Ketten, ist dies sicher eine gute Entscheidung. Wolltet Ihr früher nie expandieren?

SN: In den vergangenen 30 Jahren hatten wir mehrere Male Angebote für Übernahmen auf dem Tisch. Auch haben wir uns mit der Thematik eines weiteren «Standbeines» beschäftigt. Einige Projekte haben wir auch tatsächlich genauer unter die Lupe genommen, uns aber immer dagegen entschieden. Uns war immer klar, dass wir uns mit zwei oder drei Center nicht in demselben Mass werden engagieren können, wie wir das uns vorgestellt hatten und auch nicht unser Philosophie entsprochen hätte. Unser Center haben wir 1988 an einem anderen Standort als heute mit ca. 850 Quadratmetern Fläche eröffnet und dieses auf rund 1'200 Quadratmeter erweitern können. Die Fläche war aber auf drei Stockwerke verteilt, was uns je länger je mehr gestört hat. Nach 16 Jahren Tätigkeit haben wir unseren Standort um etwa 500 Meter Luftlinie an unser heutiges Domizil verlegt. Für uns war klar, dass ein Umzug nur mit unseren Kunden realisierbar sein kann. Schon damals (2004) war uns bewusst, dass das Alter unserer Kunden sich weiter erhöhen wird und wir die Positionierung auch dahingehend ausrichten müssen (helle Räume, grosse Umkleidekabinen und Duschräume).

RG: Was ist Euer Geheimnis, dass Euer Center so erfolgreich ist?

SN: Vorausschauend handeln und planen, nicht an altem festhalten, neue Wege gehen, auch wenn dies schwierig erscheint. Wir erkannten, dass in der heutigen Zeit nicht mehr jedes Kundensegment bedient werden kann. Auch nach 30 Jahren ist es wichtig, Ziele zu haben. Auch mal richtig Ausmisten oder Entrümpeln um Platz für Neues zu schaffen. Wir setzen auf Mitarbeiter mit hohem Ausbildungsgrad, persönlicher und individueller Betreuung unserer Mitglieder sowie die stete Erweiterung oder Erneuerung unserer Trainingsstationen in allen Bereichen. Seit 2010 haben wir milon, seit 2013 five Gelenkkonzept im Angebot und seit Anfang 2018 verfügen wir über zwei SensoPro-Geräte. In all den vergangenen Jahren haben wir nie unsere Preise nach unten korrigiert, obwohl sich auch die Frage stellte, sich der wachsenden Konkurrenz anzupassen. Ebenso beschäftigen wir jeweils qualifizierte Trainer. Obwohl wir, wie die meisten Urgesteine in der Fitnessbranche, aus dem Sportbereich gekommen sind und nicht von der betriebswirtschaftlichen Seite, haben wir die Führung unseres

Roger Gestach, Christine und Stephan Niklaus, Claude Ammann



Betriebes nie aus den Händen gegeben. Auch verfügen alle Aushilfskräfte, Springer und Thekenmitarbeiter über einen sportlichen und fitnesscenternahen Hintergrund.

RG: Was ist Eure Firmenphilosophie?

SN: Die Firmenphilosophie hat sich natürlich im Laufe der Jahre der Entwicklung im Markt angepasst. Es ist uns bewusst, dem Betrieb als Inhaber ein Gesicht zu geben und das zu vermitteln, was man selbst predigt und lebt. Gesundheit ist unser wichtigstes Gut und jeder möchte gesund sein. Es ist unser Credo, die Mitglieder in einem professionellen und trotzdem familiären Umfeld beim Erreichen ihrer Ziele zu begleiten. Dies ist bei weitem mehr als nur die Personen an den Geräten einzuweisen und zu korrigieren. Ein regelmässiges Training wird bei allen Mitarbeitern vorausgesetzt und ist in den Arbeitsverträgen festgehalten. Unsere vielfältigen Arbeitseinsätze ermöglichen uns viele persönliche Kontakte mit unseren Kunden und diese erhöhen die Kundenbindung und die Betreuung. Kerngeschäft ist und bleibt das gerätegestützte Muskel- oder Gesundheitstraining.

RG: Was plant Ihr mit dem Fitnesstreff Niklaus in der Zukunft?

SN: Es sind diverse Umbauarbeiten geplant, Digitalisierung von Arbeitsabläufen, die jetzt noch auf Papier stattfinden, Positionierung noch mehr in Richtung Gesundheitstraining mit Integration einer Physiotherapie, weiterhin in die Ausbildung unserer Mitarbeiter investieren, EMS und Functional Training weiter ausbauen und diese Trainingsarten einem älteren Publikum zugänglich machen. Das grösste Projekt wird jedoch die Nachfolgeregelung des Fitnesstreffs sein.

RG: Es sind bereits Kinder von Euch im Betrieb tätig. Ist die Nachfolge bei Euch also schon geregelt?

SN: Mein Sohn Manuel war 2012 einer der ersten Absolventen der Lehre. In der Zwischenzeit hat er bei uns und in anderen Betrieben in unserer Region weitere Erfahrungen sammeln können, hat ein Handelsdiplom abgeschlossen und den Berufsbildnerkurs absolviert. Zur Zeit ist er auch als Prüfungsexperte für unseren Verband im Einsatz. Alex's Tochter Li hat die Lehre 2017 abgeschlossen und im Anschluss die Berufsmaturität absolviert. Nach den Sommerferien beginnt sie das Studium Fitnessökonomie. Als Fachfrau Bewegungs- und Gesundheitsförderung arbeitet Li in einem Teilzeitpensum im Fitnesstreff. Nina, die ältere Tochter von Alex, befindet sich im dritten Ausbildungsjahr zur Physiotherapeutin. Da wir uns immer näher ans Pensionsalter herantasten, ist unweigerlich die Frage nach der Zukunft unseres Centers aufgekommen. Wir befinden uns noch am Anfang dieses langwierigen Prozesses und beschäftigen uns mit der Übergabe des Centers an unsere Kinder. Noch ist aber unklar, ob Sie dieses Risiko und diese Verantwortung übernehmen wollen. Sollten diese Fragen mit einem Ja beantwortet werden können, so ist geplant, das Center in zirka drei Jahren zu übergeben. Natürlich werden wir dann beratend weiterhin zur Verfügung stehen. Aber die Idee besteht darin, sich planmässig zurückzuziehen.

RG: Ganz herzlichen Dank und nochmals Gratulation! ■

Eckdaten Fitnesstreff Niklaus in Reinach

- Gründung 1988
- 5 Sterne Fitnessguide
- Ausbildungsbetrieb (EFZ und Fachausweis)
- Komplettes Angebot (Fitnessgeräte, Freihanteln, milon, five, SensoPro, Ernährungsberatung, Betreuungskonzept, Vibrationstraining, EMS und Personal Training, Gruppenkurse, Sauna, Dampfbad, Massagen, Praxis für Traditionelle Chinesische Medizin)
- Familienbetrieb, die Kinder sind bereits im Betrieb tätig
- Centergrösse 1900 m2, 38 eigene Parkplätze
- Aktuelle Mitgliederzahl: 1350
- Durchschnittsalter: Männer: 50,3 Jahre, Frauen: 48,8 Jahre
- Frauenanteil: 48 %
- Preis Jahresabo: CHF 1'260—1'400

Coachst Du noch oder eCoachst Du schon?

Die Digitalisierung bringt nicht nur neuartige Technologien mit sich, sondern ermöglicht ebenso, Bewährtes nochmals zu verbessern. So wurde aus dem Trainer erst ein Coach und aus dem Coach schliesslich ein eCoach. Doch bedeutet dies, dass sich auch das Betreuungskonzept für Fitnesskunden verändert, wenn nicht sogar verbessert hat?

Bei der Betrachtung von Coaching-Angeboten stellt man fest, dass telekommunikationsunterstützte Formen stark zunehmen. Dies scheint umso interessanter, je höher die Mobilität und Flexibilität der Menschen wird. Hier stellt sich jedoch die Frage, ob dies überhaupt eine Dienstleistung ist, die für Fitnessstudios interessant ist. Für Fitnesscenter kann eCoaching durchaus ein sinnvolles Tool sein, ihre Kunden beim Erreichen der persönlichen Ziele zu unterstützen. Es sollte jedoch nicht als „alleiniges" Werkzeug genutzt werden.

Kunde und Coach auf Augenhöhe

Die Kunst des Coachings besteht darin, eine achtsame, wertschätzende und konstruktive (Gesprächs-) Atmosphäre zwischen Coach und Kunden aufzubauen. Ziel des Coachings ist die kritische Auseinandersetzung und Selbstreflexion des eigenen Verhaltens, der eigenen Einstellungen und Verhaltensmuster. Ein Coaching soll den Kunden dazu befähigen, seine eigenen Fähigkeiten zu optimieren und zielgerichtet auf den Weg zu bringen.

Mit anderen Worten:

- Coaching ist ein interaktiver und personenzentrierter Prozess, bei dem Kunde und Coach auf Augenhöhe zusammenarbeiten.
- Coaching richtet sich nach den individuellen Bedürfnissen des Kunden.
- Coaching hat folgende Schwerpunkte:
  - Ressourcenorientierung
  - Lösungsorientierung
  - Zielorientierung
  - Optimierung der individuellen Fähigkeiten
  - Hilfe zur Selbsthilfe

Das „E" erschliesst neue Möglichkeiten

Als eCoaching bezeichnet man ein Coaching, das durch Zuhilfenahme von Kommunikations- und Informationstechnologien durchgeführt wird. Die Schwerpunkte des „klassischen" Coa-

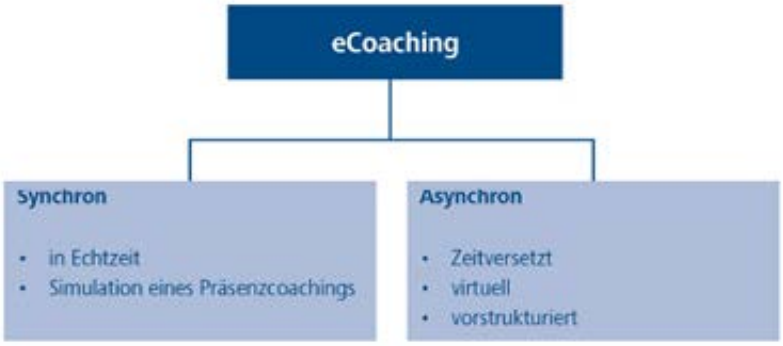


Abb. 1: Differenzierung der Formen eines eCoachings

Abb 2: eCoaching als ergänzendes Tool zum Präsenztraining

chings bleiben erhalten, der persönliche Kontakt entfällt jedoch oder wird in deutlich weniger Sequenzen praktiziert.

Zwei Formen werden unterschieden: Das synchrone (in Echtzeit) und das asynchrone (zeitversetzte und vorstrukturierte) eCoaching (s. Abb. 1).

Beim synchronen Echtzeit-Coaching werden die Telekommunikationsmedien dazu genutzt, eine räumliche Distanz zu überbrücken, d. h. Kunde und Coach simulieren ein Präsenzcoaching. Bei einem asynchronen virtuellen Coaching werden durch vorstrukturierte Formen (z. B. virtuelle Programme) Coachings begleitet. Dies hat für den Kunden den Vorteil, dass er sein Coaching zu jeder Tages- und Nachtzeit umsetzen kann.

Kommunikationsmedien, die im Rahmen eines eCoachings eingesetzt werden können, sind vielfältig. Hier eignen sich beispielsweise Telefon, Smartphone, Tablet, Laptop oder auch Skype.

Die Vorteile des eCoachings liegen klar auf der Hand: Ein asynchrones eCoaching ist nicht von Terminvereinbarungen abhängig, sondern kann jederzeit von überall durchgeführt werden. Hierdurch entfallen mögliche Fahrtzeiten und der Organisationsaufwand im individuellen Tagesablauf ist vergleichsweise gering. Dies birgt die Gefahr, dass es in seiner Wertigkeit verliert oder aufgrund der alltäglichen Aufgaben „untergeht". Hier ist es Aufgabe des Coachs, und auch des Kunden, die Wertigkeit immer wieder herzustellen und die Relevanz herauszuarbeiten.

Umsetzung in der Praxis

Vorab sei eines geraten: Die persönliche Komponente, die die Fitness -und Gesundheitsbranche bietet, ist durch nichts zu ersetzen. Sie bildet die Basis, um Kunden langfristig zu einem Training zu motivieren und bei der Zielumsetzung und Zielerreichung zu unterstützen. Trainingstermine, die regelmässige Kontrolle der Übungsdurchführung sowie die Überarbeitung der Trainingspläne stehen weiterhin im Fokus der angebotenen Dienstleistungen. Ein eCoaching kann jedoch dahingehend unterstützend wirken, dass sich Kunden bereits vor der Inanspruchnahme des Trainertermins mit Zielen und persönlichen Ressourcen auseinandersetzen. Dies stellt für die Trainingsplanung und Trainingsmotivation eine wesentliche Grundlage dar. Hier leitet der Coach den Kunden an, für sich realistisch umsetzbare und attraktive Ziele zu formulieren und diese auch unterwegs weiterzuverfolgen, ob bei einem Training im Wald oder im hoteleigenen Fitnesscenter.

Auch Personen, die im sozialen Umgang eher gehemmt oder schüchtern sind, können durch ein eCoaching erreicht und angesprochen werden. Die relative Anonymität des Kunden kann zu einer grösseren Offenheit beitragen, die es dem Trainer ermöglicht, Barrieren in Bezug auf eine Trainingsumsetzung zu erfragen und zu erkennen. Somit kann ein effektiveres Barriere-Management aufgebaut werden, welches zu einer langfristigen Trainingsaufrechterhaltung beiträgt (s. Abb. 2).

Eine spezielle Zielgruppe des eCoachings sind Frauen in der mittleren Lebensphase. Gerade hier scheint eine Neuorientierung oder Umorientierung stattzufinden. Frauen in dieser Lebensphase legen besonderen Wert auf zeitliche und örtliche Flexibilität.

Neben den „typischen" Eigenschaften sollte der eCoach über eine professionelle, schriftliche Ausdrucksweise und ein gutes Textverständnis verfügen sowie fähig zu Empathie sein. Darüber hinaus sind Kenntnisse und Fähigkeiten im Bereich Coaching notwendig. Diese sind über qualifizierte Aus- und Weiterbildungen zu erreichen.

Fazit

eCoaching in Kombination mit einem Präsenztraining hat gerade im Rahmen der Zielerarbeitung und Trainingsmotivation gute Zukunftschancen und stellt ein wesentliches Tool dar, um Kunden langfristig zu motivieren. Allerdings ist eine gute (Personal-) Qualifikation im Bereich Coaching ein „Muss".

Auszug aus der Literaturliste

Geisser, H. (Hrsg.); (2008); E-Coaching; (Grundlagen der berufs- und Erwachsenenbildung, Bd. 55) Baltmannsweiler: Schneider Rauen, C. (2008); Coaching; (Praxis der Personalpsychologie, Bd. 2); Göttingen: Hogrefe Schneider-Ströer, J. (2011); Schriftbasiertes E-Coaching: Einsatzfelder, Rahmenbedingungen und Grenzen — Eine Befragung im deutschsprachigen Raum; E-Beratungsjournal.net Heft 1, 7, 1–13

Sabine Kind

Sabine Kind studierte an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) den Master of Arts Gesundheitsmanagement. Seit 2011 ist sie an der DHfPG und ihrem Schwesterunternehmen, der BSA-Akademie, als Dozentin im Fachbereich Gesundheitswissenschaften tätig. Des Weiteren ist sie Autorin von Fachartikeln und gefragte Expertin zu Fitness- und Gesundheitsthemen.
www.dhfpg-bsa.de

Muskeltraining: Der Eckpfeiler der Burnout Prävention

Fit sein gehört zur Bewerbung
Heute ist in den Unternehmen Emotionale Intelligenz (EQ) gepaart mit sexueller Attraktivität gefragt. Zwar ist es verboten, im Assessment Center die körperliche Leistungsfähigkeit, die Muskulatur und den Fettanteil zu messen, aber schlussendlich entscheiden Menschen nach ihren primitivsten Instinkten — auch wenn sie sich dessen nicht bewusst sind. Das Zeitalter von EQ und Aussehen hat bereits vor einiger Zeit begonnen. Gut ausgebildete Leute gibt es viele, aber solche, die zusätzlich EQ-stark sind und emotionale Cleverness an den Tag legen, sind dünn gesät.

Berny Huber

Ist Inhaber der Fit3 GmbH, die innovative Fitnesskonzepte und -technologien vertreibt, und Betreiber von HI-Tech-Gesundheitsstudios mit Sitz in Altendorf. Er beschäftigt sich seit über 25 Jahren mit Fitness und Anti-Aging und deren soziologischen Auswirkungen auf die Menschheit. Als Referent an Kongressen provoziert er immer wieder mit seinen gewagten, jedoch ehrlichen Thesen und Aussagen. Berny Huber ist auch in den Schweizer Medien präsent.
Kontakt und Infos:
Tel. 079 423 39 22
oder berny@fit3.ch

Ein Paket aus IQ, EQ, Wissen, Aussehen und Selbstwertgefühl
Fast alle Erfolgreichen sind auch EQ-stark und unersetzlich für Firmen. Die ganze Schulzeit werden wir nur auf Lernen programmiert. Doch EQ und Aussehen werden immer wichtiger. Dies wird in Zukunft noch mehr zunehmen, denn immer mehr Menschen brechen unter dem Druck des Wettbewerbs ein, weil sie über sich und den Mitmenschen viel zu wenig wissen, geschweige denn damit umgehen können. Von Managern und Unternehmern höre ich hinten durch, dass sie selten den Bewerber mit der besten Ausbildung für den Job anstellen. Stattdessen entscheiden soziale Kompetenz, Teamintegration, Aussehen, Gesundheitszustand, soziales Umfeld sowie Sympathie und neu noch Quote immer mehr darüber, welcher Bewerber das Rennen macht.

Fit sein steigert die sexuelle Attraktivität
Man muss gestehen, dass ungesund aussehende Menschen weniger Chancen haben als vermeintlich fitte. Wir setzen nämlich sexuelle Attraktivität mit Gesundheit, Fitness und Leistungsfähigkeit gleich. Karriere zu machen ist für Männer auch eine Form, ihre sexuelle Attraktivität zu steigern. Frauen reagieren im Unterbewusstsein in allererster Linie auf äusserliche Merkmale, um gute Gene zu vererben. Sie möchten fast alle auch einen grösseren Mann, als sie selber sind. In zweiter Instanz suchen sie Männer mit sozialem Status wie Macht und Einfluss, in dritter Sicherheit und Geld, in vierter Selbstverwirklichung. Die Zeit des übergewichtigen und rauchenden Managers ist vorbei. Man lässt praktisch keine übergewichtigen Menschen mehr in die Chefetage, allein schon aus Risiko und Kostengründen nicht. Nach dem Einstellen kümmert sich leider niemand mehr um die aktive Gesundheit und Fitness der Mitarbeiter, was die Schweizer Firmen teuer zu stehen kommt und sie im internationalen Vergleich schlecht aussehen lässt.

Wer seine Muskeln trainiert, impft seinen Körper gegen Burnout
Alle Organe — vor allem Hirn und Herz — sind nur Zulieferdienste für die Muskulatur. Die langfristige Leistungsfähigkeit entscheidet sich deshalb bei der Nachfrage des Muskels. Bei hochintensiver Reizung schüttet er Botenstoffe aus, die wie Ärzte im Körper Organe heilen und Fett abbauen. Das Immunsystem wird gestärkt bei richtiger Superkompensation (Vorsicht Übertraining). Früher war Übergewicht ein Zeichen des Wohlstandes. Heute sind es eher sozial tiefere Schichten, die übergewichtig sind. Zum Statussymbol gehört es neu, immer gut auszusehen. Auf der anderen Seite schreitet aber die Büro-Degeneration mit sieben Meilenstiefeln vorwärts und zwingt uns, wie damals als das Zähneputzen in der Schule eingeführt werden musste, zu drastischen aktiven Massnahmen. Ein neues Phänomen sind die schlanken Übergewichtigen, Laufsteg-Models mit einem sehr hohen Fettanteil, gertenschlank aber ohne Muskulatur und mit zum Teil schon Diabetes.

Apropos IQ: Was ist wichtiger Zähneputzen oder Muskeltraining? Für die Zähne erhalten Sie die Dritten, mit denen Sie 120 Jahre alt werden können. Für Stoffwechsel und Muskelapparat gibt es leider noch keinen Ersatz.

Fitte Eltern zeugen fitte Kinder, unfitte…
Die dritte Generation Büro hinterlässt ihre Spuren und vererbt sich direkt an unsere immer grösser aber schwächer werdenden Kinder. Rückenschmerzen, Verspannungen, ein defekter Stoffwechsel, Depressionen und weitere Beschwerden stammen auch von der fehlenden Muskulatur. Die Ursache

dafür ist das Fehlen von hochintensiven Belastungen (anabole Reize) auf den Bewegungsapparat; dies wirkt sich auch auf den hormonellen Status, insbesondere aufs Testosteron aus. Die Natur und unsere Umwelt mit allen Giften beispielsweise in Putzmitteln, in Antibaby-Pillen, im Trinkwasser etc., korrigiert dies durch Zeugungsunfähigkeit (weniger und schlechte Spermienqualität) und veränderter sexueller Ausrichtung ohne Nachwuchschance, sprich Homosexualität. Diese Phänomene hatten wir auch am Ende anderer Hochkonjunkturen wie Ende griechisch-römisches Reich. In jener Zeit wurden auch immer mehr Menschen übergewichtig. Sie gingen auch ins Wellness und viele Männer standen auf Jungs. Die Kinder von armen und körperlich arbeitenden Menschen (beispielsweise Bauerfamilien) sind gesünder, leistungsfähiger und weniger krank. Die Verantwortung für unsere Kinder beginnt also nicht mit der Erziehung nach der Geburt, sondern fängt bereits mit unserem Fitnesszustand bei der Zeugung an.

Kinder müssen auf den modernen Dschungel vorbereitet werden

Da unsere Kinder vor allem gefördert, aber nicht gefordert werden, also emotional verweichlicht sind und die Auswirkungen von Bildschirm, Gameboy, Handy, Instagram, Zuckergetränke etc. ignoriert werden, brechen sie immer mehr in der harten Geschäftswelt ein und wir finden zunehmend 20-Jährige in den Burnout-Kliniken. Die Suizidgedanken haben sich in den letzten zehn Jahren mehr als Verzehnfacht und sind alarmierend. Es gibt auch noch drei andere Phänomene, die es zuvor in der ganzen Weltgeschichte noch nie gegeben hat. Erstens: Es gibt auf unserem Planeten mehr Übergewichtige als Hungernde. Zweitens: Menschen mit tiefem Bildungsstand sind übergewichtig, Gebildete eher schlank und fit. Drittens: Zum ersten Mal in der Weltgeschichte überleben Eltern ihre Kinder.

Immer mehr Schweizer bei der Arbeit gedopt

Mittlerweile nimmt jeder vierte Schweizer Antidepressiva. dies entspricht etwa jedem Zweiten bis Dritten in der Arbeitswelt. Das heisst, zusammen mit Alkohol und anderen Drogen (ohne normale Medikamente) ist über die Hälfte der Schweizer gedopt, um im Arbeitsmarkt und Alltag zu bestehen. Dies führt aber keinesfalls zu alarmierenden nationalen Massnahmen wie bei Rauchen oder im Spitzensport, denn es verdienen ganz viele kräftig mit an diesen Lebzeitsüchtigen. Da hat es die Kontrolle über die Tour de Suisse, über eine Schweinegrippe oder den CO2-Ausstoss viel einfacher, obwohl die direkte Bedrohung und Kostenfolgen geringer sind. Warum?

Artgerechte Menschenhaltung?

Was kann man gegen Burnout tun? Artgerechte Haltung ist das Zauberwort. Jeder Elefant wird heute artgerecht im Zoo gehalten. Das natürliche, gesunde Fressen wird versteckt, so dass der Elefant sich damit beschäftigt, es zu suchen und zu finden. Spielzeuge werden zur Verfügung gestellt. Es wird für Artgenossen gesorgt, der Auslauf draussen vergrössert und ein Schwimmteich angelegt. Doch der Mensch scheint weniger Wert zu sein als ein Tier und lebt ein selbst gewähltes, stressvolles, einsames, virtuelles Indoor-Leben mit steigender Suizidstatistik.

Übrigens: Die Schweiz ist eines der reichsten Länder der Welt aber mit nur mässiger Work-Life-Balance. Dennoch hat sie eine der am höchsten steigenden Burnout-Raten, vor allem bei Jugendlichen.

Wir sind immer noch Höhlenbewohner

Wir leben ein High-Tech-Leben, sind aber genetisch immer noch Höhlenbewohner — „cave man" lässt grüssen. Die Zeiten des Jagens und Sammelns sind vorbei; das waren noch schöne Zeiten, als der Körper psychischem Stress sofort durch körperliche Aktivität abbaute. Mehr als 30 Minuten ging dies nie, ob Kampf, Flucht oder sonstiges Überleben, entweder war man in Sicherheit oder tot. Wir müssen uns also künstlich bewegen, damit sich der Stress abbaut und es uns wieder gut geht. Immer wieder erstaunt mich, mit wieviel Liebe und für wieviel Geld Männer ihre Autos, Frauen ihre Schuhe, Kleider und Fingernägel etc. pflegen, aber über einen sachgerechten Umgang mit der eigenen physischen sowie psychischen Gesundheit erst bei grässlichen Schmerzen in der Klinik nachdenken – und oft selbst dann noch nicht handeln.

Ich kenne niemanden, der nach einem Burnout vollständig regeneriert zurückgekommen wäre. Es gibt nur eine Chance gegen Burnout und das ist die Prävention.

Zur Karriereplanung gehört auch körperliche Weiterbildung

Menschen, die heute Karriere machen wollen, sollten neu auch unbedingt in die Weiterbildung ihres Körpers also in die Gesundheit und Widerstandsfähigkeit investieren und sich damit ihre **vierte Säule** sichern, ansonsten ist die Karriere für die Katz und endet mit dem Herzinfarkt oder in der Burnout-Klinik und später im Pflegeheim.
Kümmern Sie sich also schon heute um ein Update oder Chiptuning für Ihren Körper!
Ob Sie eines brauchen? Machen sie den Quick Test!

Männer/Frauen Selbstcheck für die eigene Fitness:

Mindestens 15/5 Klimmzüge, und 50/20 Liegestütze, ein Treppenhaus mit zehn Stockwerken ohne anzuhalten langsam hochjoggen können, auf einem Bein mit geschlossenen Augen für 30 Sekunden stehen, mit durchgestreckten Knien per Hand den Boden berühren und einen Tennisball mindestens 60/30 Meter weit zu werfen. Nachts durchschlafen. Ruhepuls unter 60, Ruheblutdruck um 80/120. MEDIKAMENTENFREI leben! Männer sollten eine Erektion über eine längere Zeit halten können (ohne Viagra) Frauen sollten ohne Harnverlust lachen, husten und niesen können.

Aufstiegskongress – Der offene Fachkongress der Zukunftsbranche

Der Aufstiegskongress der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG), der BSA-Akademie und der BSA-Zert bereitet für den 24. bis 26. Oktober Grosses vor. Die Kongressteilnehmenden dürfen sich auf den wissenschaftlichen Vorkongress, branchenspezifische Vortragsreihen, Fach-Foren, Intensivseminare und das ein oder andere Highlight im m:con Congress Center Rosengarten in Mannheim freuen.

AUFSTIEGSKONGRESS
Fachkongress für aktive Gesundheitsgestalter
24.10. Vorkongress | 25. – 26. Oktober | Mannheim

Prof. Dr. Thomas Wessinghage wird auch 2019 den Kongress eröffnen

Motto 2019: Touch & Tec – NEXT LEVEL

„High Profit" durch „High Touch" in Verbindung mit intelligenter Technik — Kunden, die Fitness- und Gesundheitstraining betreiben, können so ihre Ziele erreichen. Dabei sind sowohl die Ziele selbst als auch der Weg dorthin sehr individuell und von vielen Faktoren abhängig. Technik kann hier sicherlich sehr gute Unterstützung leisten. Doch für viele sind die Betreuung und Motivation durch Menschen entscheidend. Auch Profisportler haben trotz aller Technik immer noch „echte Menschen" als Trainer. In zukunftsorientierten Fitness- und Gesundheitsanlagen, die auf „High Touch" setzen, kann die Technik die notwendigen Freiräume schaffen, damit Mitarbeiter für die Kunden einen echten Mehrwert in der Trainingsbetreuung und einen hohen Wohlfühlfaktor durch eine professionelle Dienstleistung generieren.

„Up-to-date" auf dem wissenschaftlichen Vorkongress

Noch ein Tag vor der offiziellen Kongresseröffnung, am 24. Oktober, referieren Professoren und Forscher der DHfPG, weiterer Hochschulen sowie Forschungspartner über aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse und Forschungsergebnisse. So bezieht sich Dr. David Aguayo, Leiter der Forschungs- und Entwicklungsabteilung Kieser Training, in seinem Vortrag „Der Schlüssel zum Muskelwachstum" auf die Mechanismen des Muskelaufbaus und -abbaus, insbesondere auf die postmitotischen Muskelfaserzellkerne und deren Interaktion mit Satellitenzellen. Aktuell befasst sich der Sportwissenschaftler mit der Wechselwirkung zwischen Reiz und Adaptation und deren funktionellen Ausprägungen durch Krafttraining.
Weitere Referenten/Themen des wissenschaftlichen Vorkongresses siehe Tabelle 1.

Der wissenschaftliche Vorkongress steht allen interessierten Kongressteilnehmern offen. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Weitere Informationen unter: www.aufstiegskongress.de/vorkongress

Vortragsreihe, Podiumsdiskussion und Get Together

Am Freitag dem 25. Oktober eröffnet schliesslich Prof. Dr. Thomas Wessinghage, Prorektor der DHfPG und Facharzt für Orthopädie sowie für Physikalische und Rehabilitative Medizin, den insgesamt 13. Aufstiegskongress. Die Kongressteilnehmer dürfen sich im Anschluss auf eine mit Top-Speakern gespickte Vortragsreihe, eine Podiumsdiskussion, auf das Nachwuchsform sowie auf die obligatorische Ehrung von Absolventen der DHfPG freuen. Zwischen den Vorträgen können sich die Kongressteilnehmer unverbindlich und ganz individuell auf der angeschlossenen Partner-Ausstellung über neue Produkte und Angebote aus der Branche informieren. Der erste Kongresstag schliesst mit einem Get Together samt DJ und Buffet ab. Dieser letzte Tagespunkt lädt zum Netzwerken und Energietanken ein — denn der Samstag hat weitere Highlights zu bieten.

Dr. David Aguayo

Tabelle 1: Referenten und Themen des wissenschaftlichen Vorkongresses

Referent/in	Thema
Prof. Dr. Friederike Rosenberger	EMS-Training für Menschen mit Krebs: Potenziale und Risiken
Prof. Dr. Arne Morsch	Länger gesund und jung durch Sport – Was sagt die Wissenschaft?
Prof. Dr. Jan Mayer	Schnell im Kopf: Exekutive Funktionen diagnostizieren und trainieren
Joshua Berger	Ganzkörper EMS Training im Nachwuchsleistungsfußball

Auch das Get Together gehört zu den Highlights

Die ‚richtigen' Menschen und die Generation Z

Der abschliessende Kongresssamstag steht voll und ganz im Zeichen der Fach-Foren. Diese teilen sich in die Themengebiete Training, Management, Coaching, Ernährung, Betriebliches Gesundheitsmanagement und Sportökonomie auf und halten für die Kongressteilnehmer spannende Themen bereit. Unter dem Titel „Dienstleistung — Digitalisierung und die ‚richtigen' Menschen machen Firmen erfolgreich!" gewährt bspw. das Forum Management einen Einblick in die Professionalisierungstendenzen der Branche. Nicole Capelan und Andreas Wintz referieren in ihren jeweiligen Vorträgen darüber, dass es im Besonderen auf die passenden Mitarbeiter, die unternehmensinternen Geschäftsprozesse und vor allem auf deren Organisation ankommen soll. Eine weitere Herausforderung stelle die Generation Z dar. Sie sei die erste Generation, die vollständig im digitalen Zeitalter aufgewachsen ist. Mit ganz anderen Werten und Erwartungen als ihre Vorgänger würden diese nun vermehrt an die Türen der Arbeitgeber klopfen und mit ihrem Eintritt Veränderungen in der Berufswelt einfordern. Sollten dabei Fragen offenbleiben, bietet die Speakers Corner die ideale Möglichkeit, den Referenten aller Themengebieten im lockeren Gespräch zu begegnen. Parallel zu den Fach-Foren werden in gestaffelter Form praxisnahe Intensivseminare zu den Themen Instagram-Marketing und Existenzgründung angeboten.
Die weiteren Themen der Fach-Foren siehe Tabelle 2.

Nicole Capelan

Andreas Wintz

Early-Bird-Preise nutzen!

Zum diesjährigen Aufstiegskongress gibt es die neue Early-Bird-Aktion: Bei einer frühzeitigen Anmeldung gilt ein ermässigter Preis (ab 49 EUR pro Person). Also markieren Sie sich das Kongressdatum in Ihrem Kalender und melden Sie sich schon heute zum rabattierten Eintrittspreis an.

Top informiert mit dem Kongress-Newsletter

Sie möchten immer rund um den Aufstiegskongress und das Kongressprogramm informiert sein? Dann melden Sie sich auf der Kongresswebseite für den kostenfreien Kongress-Newsletter an oder folgen Sie uns auf Facebook unter www.facebook.de/aufstiegskongress.

Anmeldung, Impressionen, Teilnehmerstimmen inkl. Videointerviews finden Sie unter www.aufstiegskongress.de

Tabelle 2: Weitere Themen der Fach-Foren

Forum	Thema
Training	Evidence-Based Personal Training - Mit evidenzbasierten Trainingsstrategien das Personal Training effektiv gestalten
Coaching	„Touch & Tec" im Coaching – Wird jetzt alles digital, was bisher persönlich war?
Ernährung	Ernährungsberatung in der Praxis: Online und persönliches Coaching ideal kombiniert!
Betriebliches Gesundheitsmanagement	Gesundheitskompetenzen in der digitalen Arbeitswelt
Sportökonomie	Nur die Besten werden gewinnen!

Partner

Medienpartner

Veranstalter

Der Zirkus mit dem Knie – was bei Kniebeschwerden beachtet werden muss!

Spezifisch unspezifische Kniebeschwerden sind allgegenwärtig — die Ärzte diagnostizieren entweder Arthrose, Meniskus-Abnutzung, Probleme mit den Bändern oder Überlastung. Spezifisch aus der Sicht der Ärzte, unspezifisch aus der praktischen Erfahrung daraus — deshalb nennen wir sie nun mal spezifisch unspezifisch!

X-Beine sind auf Grund der untrainierten Stelzen ebenfalls auf dem Vormarsch, O-Beine sehen wir zwar weniger häufig, trotzdem oft genug — beide über kurz oder lang lösen Beschwerden aus.

Massnahmen gegen O- und X-Beine nicht zu Ende gedacht.
Lassen wir mal ausser Acht, dass die Fuss-, Hüft- oder Beckenstellung erfolgsentscheidend sein kann, für das Beheben bzw. Verbessern von Kniefehlstellungen, gelten nach wie vor folgende Indikationen:
O — Bein = Adduktoren stärken, Abduktoren dehnen
X — Bein = Adduktoren dehnen, Abduktoren stärken

Klar kommen noch etliche andere Massnahmen dazu, doch sind die oben genannten Massnahmen wirklich korrekt? Allein mit der topographischen Anatomie aus den Lehrbüchern und der

Ronald Jansen

Gründer & Dozent der Academy for 360° Functional Kinetic Coach
Selbstständiger Personal Trainer, anerkannter Therapeut des Faziendistorsionsmodell nach Typaldos, Vorstandsmitglied des Schweizerischen Personal Trainer Verbandes, Prüfungsexperte beim Schweizerischen Fitness- und Gesundheitscenter Verband.

www.360-FKC.com

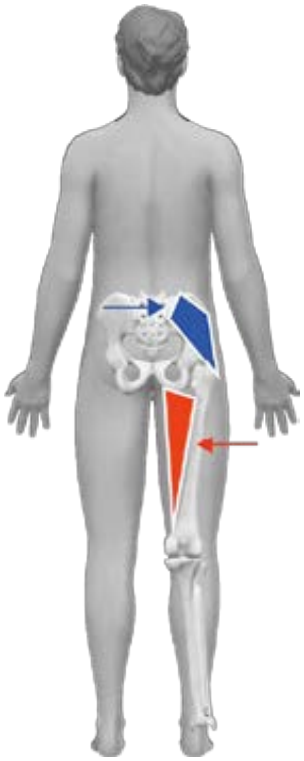


Abbildung 1

herkömmlichen funktionellen Anatomie wäre dies sicherlich die richtige Indikation. Um diese Frage aber abschliessend zu beantworten, müssen wir über die fazialen Strukturen des Oberschenkels Bescheid wissen. Zudem müssen wir das „lokale Denken" endlich weglegen und alles ganzheitlicher anschauen.

Betrachten wir den Winkel im Knie lokal, so scheint der Fall klar; Bei X-Beinen sind die äusseren Gelenkteile unter Druck, bei O-Beinen entsprechend die inneren Anteile. Stärke ich nun bei den O-Beinen die Adduktoren, erhoffe ich mir, dass sich die Oberschenkel wieder mehr zur Mitte hinbewegen, also in eine Adduktion im Hüftgelenk. Zusätzlich löse ich die Abduktoren, damit diese etwas loslassen. Aus der muskulären und lokalen Betrachtungsweise macht dies, wie schon gesagt, zu 100% Sinn. Doch wie sieht es aus, wenn ich die Strukturen, welche über das Knie laufen, berücksichtige?

Betrachten wir Abbildung 1, so sehen wir die muskuläre Situation bei X-Beinen; rot sind die Adduktoren markiert, welche vermeintlich „verkürzt" sind, blau die Abduktoren, welche vermeintlich in einer Verlängerung oder, wie es umgangssprachlich oft genannt wird, schwach sind!

Folge dessen werden wir die Adduktoren dehnen und die Abduktoren kräftigen. Daran ist grundsätzlich nichts Falsches.

Die "lokale Denkweise" beschränkt den Erfolg!
Wir vergessen dabei aber einen ganz wesentlichen Aspekt: Wenn wir innen und aussen der Beine jedoch eine Linie bis hinunter zu den Füssen ziehen und dabei den Bogen beachten (Abb. 2 linkes Bein), welche der beiden Linien ist dann länger und welche kürzer? Richtig, in diesem Falle ist es die äussere Linie, welche in einer Kürzung ist und die innere Linie, welche in einer Längung ist.

Aussen sprechen wir vom unteren Teil der Laterallinie, innen sprechen wir vom unteren Teil der tiefen Frontallinie. Würde ich jetzt mit diesem Wissen, aussen die Abduktoren stärken und die Adduktoren dehnen, dann hätte ich für die lokale Sichtweise das Richtige getan, jedoch nicht für die globale und myofasziale Sichtweise der Muskelketten.

Solange die myofasziale Kette im Aussenbereich der TIT (tractus iliotibialis),

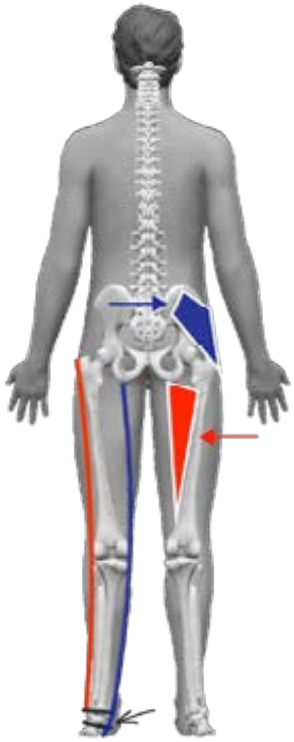


Abbildung 2

der M. tensor fascia latae, der mittlere Anteil des M. gluteus maximus und der M. peroneus longus, die alle zur Laterallinie gehören, als zusammenhängende Struktur nicht losgelassen und die Gleitfähigkeit über das Kniegelenk nicht hergestellt wird, werde ich keinen oder nur bedingten Erfolg haben.

Das Umgekehrte gilt für den inneren Bereich. Dehne ich die Adduktoren, welche übrigens mit dem M. iliopsoas, und der Beckenbodenmuskulatur über das Diaphragma bis zum Herzbeutel laufen und nachweislich eine Auswirkung auf den Herzschlag haben, dann ziehe ich diese Linie nur noch mehr in die Länge.

Die meisten Personen, die wirklich unter X-Beinen leiden, sind Frauen. Frauen sind erfahrungsgemäss von Natur aus beweglicher. Alle Frauen, bei denen ich X-Beine feststelle und die Adduktoren überprüfe, sind beweglich genug. Überprüfe ich hingegen den TIT, so wird eine enorme Spannung wahrgenommen. Auch wer mit der Blackroll arbeitet; die Aussenseite ist sehr oft die schmerzhafteste Stelle, was einerseits daran liegt, dass der TIT mit sehr vielen Nervenendigungen ausgestattet ist und dass es zwischen Oberschenkelknochen und Rolle nur eine relativ dünne Pufferzone in Form von Gewebe hat, wodurch der Druck und somit die Empfindung erhöht wird.

Unser Knie — der „Sündenbock" zwischen Hüfte und Fuss

Doch wie dehne ich die laterale und mediale Seite des Kniegelenks? Die Antwort ist gar nicht! Das Problem liegt in der Rotation des Kniegelenks. Das gestreckte Kniegelenk lässt so gut wie keine Bewegung auf der Frontalebene zu.

Abbildung 3

Das Kniegelenk hat in der Geschichte der Evolution immer die "Sündenbockrolle" zwischen Hüftgelenk und Fussgelenk eingenommen — es muss deren Scheisse ausbaden.

Die Fehlstellung kommt durch die Flexion/Extension auf der Sagittalebene, der innen/aussen Rotation auf der Transversalebene und als Begleiterscheinung eine Lateralisierung/Medialisierung des Unterschenkels im Kniegelenk zustande.

Obwohl wir das gestreckte Kniegelenk auf der Frontalebene nicht direkt dehnen können, müssen wir im Falle unserer X-Beine, wieder mehr Längung im lateralen Kniebereich und mehr Kürzung im medialen Bereich schaffen. Blicken wir noch einmal zurück auf die Abb. 2: Linkes Bein im Fussgelenk. Mit einer Valgusstellung im Knie folgt nach dem Gesetz der Biomechanik immer ein Valgus im unteren Sprunggelenk (USG), womit wir in einer Pronationsstellung oder eben in einem Senkfuss verweilen.

Betrachten wir weiter die Abbildung 3 des Präparates, welches den lateralen Bereich des Knies zeigt, sehen wir deutlich wie seitlich eine gerade Linie von oben nach unten über das Kniegelenk läuft. Weiter sehen wir aber auch, dass im unteren Bereich des Kniegelenks die Kniescheibe ebenfalls von Fasern des TIT dick eingepackt wird.

Beide Tatsachen widersprechen der Ansicht, dass ich den lateralen Bereich bei X-Beinen kräftigen soll. Denn damit würde ich diesen Strukturen noch mehr „Macht" verleihen, womit die Kniescheibe weiter nach aussen rotiert, und der laterale Kniewinkel weiter verengt wird.

Ich soll also die Abduktoren bei X-Beinen nicht auf trainieren? Doch sollt Ihr! Das Problem ist jedoch unter anderem, die sitzende Position beim Training der Abduktoren-Gruppe und, wie schon gesagt, das "lokale Denken".

In der sitzenden Position geht die Spannung der Laterallinie, welche für die Beinachse entscheidend ist, in gewissen Bereichen verloren. Die Spannung auf die faszialen Strukturen, welche auf Abb. 3 die Kniescheibe umrundet, wird jedoch erhöht. Durch diese Erhöhung provoziere ich eine Stärkung dieser Strukturen, womit das Knie im gestreckten Zustand wieder mehr nach aussen gezogen wird. Was gut gemeint ist und auf vielen Umwegen vielleicht sogar zum Ziel führt, ist kontraproduktiv.

Abbildung 4

Betrachten wir auf Abb. 4 den unteren Teil der Laterallinie, so sehen wir, dass diese nur im stehenden Zustand in einem Gleichgewicht ist.

Des Weiteren ist die Indikation der Bewegung im sitzenden Zustand die falsche. Die Geräte sind so ausgerichtet, dass ich über ein Polster mit den Knien nach aussen drücke. Damit werden die Füsse, welche grundsätzlich vernachlässigt werden, einmal mehr nicht in der Bewegung integriert. Unserem Körper bringen wir damit neurologisch bei, dass wenn die Abduktoren aktiv sind, die Füsse bzw. Unterschenkelmuskulatur bitte inaktiv bleiben sollen. Dieser Aspekt der neuromyofaszialen Programmierung, wir nennen es Neuro Adjustments, gehen immer wieder vergessen. Das einzig richtige Gerät wäre eines, welches stehend ist und der Kraftaufwand der Abduktion aus den Füssen bzw. Pronatoren erfolgt. Wer weiss..., vielleicht liest ja irgendein Gerätehersteller diesen Artikel?

Doch wie soll ich jetzt Vorgehen bei X-Beinen? Dazu werden wir im nächsten Heft ausführlich berichten.

- Übungen mit der Blackroll.
- Übungen für die Beinachsenkorrektur.
- Übungen für die Fussstellungen.
- Worauf ich grundsätzlich noch achten muss?

Fitness 4.0 – Mehr Qualität durch Digitalisierung?

Von Paul Eigenmann / QualiCert AG

Aber was um Himmelswillen ist Qualität?

Alle reden von Qualität, aber wissen auch alle, die davon sprechen, was das denn ist? Wahrscheinlich schon, aber bei der Qualität, an die sie denken, handelt es sich um „ihre" Qualität. Ob das auch dem Qualitätsverständnis anderer Kunden entspricht, ist ungewiss. In diesem Zusammenhang ist wohl ein Abstecher in die Lehre des Qualitätsmanagements sinnvoll. Der Begriff „Qualität" kommt vom lateinischen Wort „qualitas", was auf Deutsch „Beschaffenheit" heisst. Beschaffenheit ist ein neutraler Begriff. Aus Sicht der Qualitätslehre betrachtet, bedeutet dies: Ob etwas — ein Produkt oder eine Dienstleistung — für eine zugedachte Nutzung „gut" oder „schlecht" beschaffen ist, entscheidet einzig der Nutzer. Es ist jene Beschaffenheit eines Produktes oder einer Dienstleistung, die den Bedürfnissen und Anforderungen eines Nutzers entspricht.

SN EN ISO 8402
Qualität ist die Gesamtheit der Merkmale einer Einheit bezüglich ihrer Eignung, festgelegte und vorausgesetzte Erfordernisse zu erfüllen.

Einer der Pioniere im Qualitätsmanagement, Armand Feigenbaum, hat bereits 1991 in seinem Buch „Total Quality Control" festgehalten, dass Qualität einzig durch den Kunden bestimmt wird, nicht durch Ingenieure, nicht durch Marketingabteilungen und auch nicht durch das Management. Auf die Fitnessbranche übertragen heisst dies, dass nicht Mediziner oder Physiotherapeuten die Qualität bestimmen, auch nicht Sportwissenschaftler oder Ausbildungsstätten und auch nicht Verbände oder gar der Staat, sondern einzig und allein der Nutzer der Dienstleistung „Fitnesstraining". Etwas salopp formuliert könnte man sagen „Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler".

Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler!

Die Bedürfnisse der – auch zukünftigen – Kunden

Aus den obigen Feststellungen zum Qualitätsbegriff geht hervor, dass die Bedürfnisse der Kunden genau so unterschiedlich wie deren Anzahl. Und weil laufend immer mehr Menschen Fitness- und Trainingscenter besuchen — in Deutschland beispielsweise rechnen Experten mit um die 30% zusätzlichen Trainierenden in den nächsten 5 Jahren — werden auch die Bedürfnisse immer diverser. Es stellt sich deshalb die Frage, ob es denn nicht eine Betrachtungsweise gibt, welche es erlaubt, gewisse allgemeine Grundsätze zur gewünschten Beschaffenheit der Dienstleistung «Fitnesstraining» zu definieren.

Und diese Betrachtungsweise gibt es! Es mag Ausnahmen geben, aber egal aus welchen Motiven jemand ein Fitness- oder Trainingscenter besucht, er oder sie erwartet eine Wirkung durch die Trainings. Aber nicht nur die einzelnen Menschen erwarten eine Wirkung, auch aus gesellschaftlicher Sicht ist der Beitrag der Fitnessbranche an die Volksgesundheit eine Frage der Gesamtwirkung. Und wer über Wirkung spricht — aus individueller oder volksgesundheitlicher Sicht — kommt um die Wirksamkeitsgleichung nicht herum. Zu dieser wichtigen Gleichung lassen sich in Zusammenhang mit der Dienstleistung von Fitness- und Trainingscentern drei Tatsachen feststellen:

- Wenn einer oder beide der Multiplikatoren (Wirksamkeit / Anwendung) klein ist oder gegen Null tendiert, ist auch die Gesamtwirkung klein oder nahe Null. Dieser Tatsache wird gerade in volksgesundheitlicher Hinsicht immer wieder Rechnung getragen. Sicherheitsgurte sind belegter massen sehr wirksam — wenn man sie den anzieht. Deshalb hat der Gesetzgeber den «Multiplikator Anwendung» durch das Obligatorium massiv erhöht. Und die Gesamtwirkung dieser gesetzlichen Massnahme war und ist gewaltig: Die Zahl der Verkehrstoten ist seit der vorobligatorischen Gurtenzeit trotz massiv gestiegenem Verkehrsvolumen von rund 1'700 auf 230 tödlich verunglückte Menschen gesunken!
- Die Wirkung von Training ist unbestritten, die gesundheitliche Wirksamkeit wissenschaftlich sehr gut belegt — sofern Mann/Frau mit stimmigen Hilfsmitteln und Geräten richtig trainiert.
- Die Hauptherausforderung liegt allerdings in der Anwendung der Massnahme «Fitnesstraining». Auch richtiges Training mit stimmigen Hilfsmitteln und Geräten kann nur eine Wirkung zeitigen,

Die Wirksamkeitsgleichung

Gesamtwirkung einer Massnahme = Wirksamkeit der Massnahme X Anwendung der Massnahme

Tabelle 1: Die Trainingskompetenz für stationäre Trainingsgeräte

Sachverhalt	Beurteilung	Kommentar
Gerätesicherheit	sehr hoch	Zur Gerätesicherheit gibt es die Norm SN EN ISO 20957 ff. Da es sich um eine harmonisierte Norm handelt – was einer EU-Richtlinie gleichkommt – dürften auch in der Schweiz keine Geräte in Verkehr gesetzt werden, welche die Norm nicht erfüllen.
Trainingsrisiken	sehr tief	Das gesundheitliche Risiko ist bei Fitnesstraining extrem tief, bewegt sich auf dem Niveau von Sonntagswanderungen und ist bis zu 100mal tiefer als beim Fussballspielen.
Gerätebedienung/Übungsausführung	sehr einfach	Die Trainingsgeräte verfügen grosses internes Experten-Know-how. Werner Kieser hat zu gerätegestütztem Krafttraining einmal gesagt: «Wer alphabetisiert ist, kann an Geräten trainieren. Und wenn er/sie zu viel Gewicht wählt, bewegt sich halt nichts.
Geräte-/Übungsauswahl	einfach	Kann nach einer grundsätzlichen Erklärung der Bewegungsmöglichkeiten selbst ausgeführt werden.
Trainingsfrequenz	unproblematisch	Schäden durch Übertraining sind angesichts der Tatsache, dass der durchschnittliche Fitnesskunden ein-maximal zweimal pro Woche trainiert, definitiv kein Grund zur Besorgnis.

wenn es auch durchgeführt wird. Es gibt eben nichts Gutes ausser man tut es!

Da Training aktuell und wohl auch zukünftig nicht gesetzlich vorgeschrieben werden wird oder kann, rücken die beiden anderen Gesichtspunkte in den Fokus der Aufmerksamkeit. Dabei gilt es, sich auf Fakten, nicht subjektive Beurteilungen abzustützen.

Unter Berücksichtigung der Inhalte aus Tabelle 1 lassen sich einige fast anekdotische Aussagen machen:

- Radfahren im Strassenverkehr ist aus Gleichgewichtsgründen viel schwieriger — und gefährlicher — als auf einem stationären Bike. Es darf aber jede/jeder in fast jedem Alter völlig unbeaufsichtigt und ohne Einführungstraining auf der Strasse velofahren.
- Autofahren ist viel komplexer und gefährlicher als jede Übung im Fitnesstraining. Nach einem Kompetenzbeweis (Führerschein) dürfen in unserem Land 82% der Erwachsenenbevölkerung ohne Beaufsichtigung Autofahren.
- Skifahren ist definitiv viel schwieriger und gefährlicher als Fitnesstraining. Wer stehen und gehen kann, darf in der Schweiz ohne vorgeschriebene Aufsicht auf die Pisten, und er/sie darf auch die schwarzen Abfahrten befahren unbesehen davon wie gut sein/ihr skifahrerisches Können ist.

Und wie wir in der nächsten Ausgabe sehen werden, kann die Digitalisierung insbesondere in den in Tabelle 1 gelb hinterlegten Bereichen zukünftig noch viele und fachlich hochstehende Beiträge leisten.

Auch in diesem Zusammenhang (siehe Tabelle 2) wird die Digitalisierung helfen die Effizienz des Trainings zu steigern und so den individuellen Zeitaufwand zu senken. Dass sich die Digitalisierung kostensenkend wirken und so auch die zeitliche Verfügbarkeit erhöhen kann, ist heute in der Branche bereits gut erkennbar.

Schlussfolgerungen

Die Faktenlage ist sowohl aus individueller Sicht (Penetrationsrate Fitnessmitgliedschaft) sowie natürlich direkt davon abhängig aus volksgesundheitlicher Hinsicht ideal. Die Fitnessbranche hat ein Angebot, das grundsätzlich wenig (teure) personale Betreuung bedarf und dadurch sozusagen dem hehren Ziel der WHO entspricht: Jeder kann selbstverantwortlich und selbständig Fitness machen und braucht dazu nicht notgedrungen und vor allem nicht immer eine Betreuung...

Tabelle 2: Die Barrieren für die Anwendung von Fitnesstraining

Sachverhalt	Beurteilung	Kommentar
geographische Verfügbarkeit vom Arbeits- oder Wohnort aus	sehr wichtig	Jeder Insider weiss: Location, Location, Location ist das Wichtigste; denn nur absolute Enthusiasten werden eine längere Strecke zum und vom Training zurücklegen wollen.
Zeitbedarf	sehr wichtig	«So viel wie nötig, so wenig als möglich» heisst für den grössten Teil der (auch potentiell) Trainierenden die Devise.
zeitliche Verfügbarkeit	wichtig	Es muss nicht 7/24 sein, aber eingeschränkte Öffnungszeiten sind eine (unnötige) Barriere.
Kosten	ev. wichtig	Die Kosten können natürlich je nach wirtschaftlicher Situation wichtig sein, insbesondere dann, wenn die Angebote geographisch vergleich-, aber in der Ausgestaltung wenig unterscheidbar sind.
Hemmungen	wichtig	Aus Untersuchungen ist bekannt, dass Hemmungen (ich bin noch zu wenig fit für Fitness / ich sehe zu wenig gut aus für Fitness), aber auch negative Prägungen in Zusammenhang mit körperlicher Aktivität und Bewegung eine grosse Barriere sein können.

Personale Unterstützung benötigen alle jene, die aus psychologischen Gründen noch zögern, ein Fitnesstraining aufzunehmen. Aber diese Unterstützung ist nicht primär «trainingsfachlich»...

Personale Unterstützung benötigen zumindest initial auch jene, welche über physische Einschränkungen aufweisen. Diese Menschen müssen identifiziert und dann an entsprechend kompetente Personen oder/und Institutionen verwiesen werden. Auch hier wird die Digitalisierung helfen...

Belastungsintensität beim Muskelaufbautraining

Der Sommerurlaub rückt allmählich näher und vielen Menschen werden plötzlich die negativen Auswirkungen der gemütlichen Stunden und kulinarischen Genüsse der Weihnachts- und Osterfeiertage bewusst. Der Wunsch nach dem muskulösen und definierten Strandkörper gewinnt wieder an Bedeutung – aber welche Belastungsintensität eignet sich beim Krafttraining dafür?

Mit steigenden Temperaturen wird, wie in jedem Frühjahr, auch die Zahl hochmotivierter Trainierender in den Fitnessstudios immer grösser. Viele von Ihnen verfolgen im Hinblick auf den bevorstehenden Sommer das gleiche Ziel: Muskeln aufbauen. Darüber, mit welcher Intensität bzw. mit welcher Wiederholungszahl man dies erreichen kann, herrscht weitestgehend Einigkeit. Doch ist die oft geäusserte Pauschalempfehlung „Nehmen Sie ein Gewicht, mit dem Sie bei einer Übung mehrere Sätze à acht bis zwölf Wiederholungen absolvieren können" tatsächlich die einzige Trainingsmethode die Erfolge verspricht? Sportwissenschaftler haben über die letzten Jahrzehnte viele Faktoren identifiziert, die einen Einfluss auf das Muskelwachstum ausüben. Allerdings ist kein Belastungsparameter so populär wie die Belastungsintensität und die damit verbundene Anzahl realisierbarer Wiederholungen. Das Forscherteam um den amerikanischen Trainingswissenschaftler Brad Schoenfeld hat im Jahr 2017 im Rahmen einer Übersichtsarbeit 21 Studien untersucht, die sich mit den Krafttrainingseffekten von niedrigen (< 60 1RM) und hohen (> 60 1RM) Belastungsintensitäten auf Muskelwachstum und Maximalkraftsteigerung befasst haben. Dabei fanden sie heraus, dass nicht nur hohe, sondern auch niedrige Intensitäten zu Vergrösserungen des Muskelquerschnitts führen. Dabei war die interessanteste Erkenntnis, dass die Höhe der Belastungsintensität keinerlei Auswirkungen auf die Menge aufgebauter Muskelmasse hat, sofern das Gesamttrainingsvolumen gleich hoch bleibt und alle Trainingsserien bis zu muskulären Erschöpfung ausgeführt werden. Die Probanden der untersuchten Studien zeigten beim Krafttraining mit hohen und niedrigen Intensitäten vergleichbare Muskelzuwächse. Hinsichtlich der Kraftleistungen wurde jedoch festgestellt, dass nur höhere Intensitäten auch signifikante Steigerungen der dynamischen Maximalkraft bewirken.

Aus diesen Erkenntnissen lässt sich die Schlussfolgerung ableiten, dass die Trainingsintensität für den Aufbau von Muskelmasse eine eher untergeordnete Rolle spielt, solange durch das Training ein ausreichend hohes Gesamttrainingsvolumen erzeugt und bis zur muskulären Erschöpfung trainiert wird. Allerdings muss diese Aussage dadurch ergänzt werden, dass sich die Effekte eines Krafttrainings niemals alleine nach der Belastungsintensität richten, sondern immer das Resultat aus der Kombination aller Belastungsparameter einer Trainingsmethode, der Regeneration und der Ernährung darstellen.

Zusatzinfo

Werden Sie mit der BSA-Akademie zum Experten für Muskelaufbau

Dieses und weitere Themen rund um den Aufbau von Muskelmasse und die Veränderung der Körperkomposition werden im Aus- und Weiterbildungsangebot der BSA-Akademie unter anderem in den Fernlehrgängen Fitnesstrainer/in-B-Lizenz, Trainer/in für gerätegestütztes Krafttraining und Leistungssport Bodytrainer/in thematisiert.
Weitere Informationen unter:
www.bsa-akademie.de

Stillstand gleich Rückschritt – oder ist weniger mehr?

Die Frage bringt mich ins Grübeln: Ist Stillstand immer ein Rückschritt oder gibt es Ausnahmen? Dazu fällt mir gleich ein Werbespot ein.

Ein Mann betritt zum ersten Mal einen Coffee-Shop. Als er an der Reihe ist, bestellt er einen Kaffee. «Welche Grösse hätten Sie denn gerne» fragte ihn die Verkäuferin hinter der Theke mit einem Lächeln im Gesicht. Der Mann leicht verwirrt, antwortet «Mittel». Sie «Portugiesische Bohnen oder südamerikanische?» – «Ähm, südamerikanische». «Milch?» – «Ja gerne». Kaum ausgesprochen kommt die nächste Frage: «Soja, laktosefrei, Drink- oder Vollmilch?». «Drink-Milch» – «Hier trinken oder to go?» Ziemlich überfordert antwortet er: «Hier trinken».

Geschafft, fünf Minuten später sitzt der Mann an einem Tisch und trinkt seinen Kaffee.

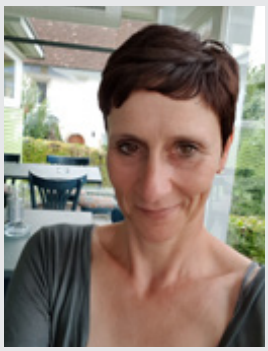
Täglich trifft der Mensch 100'000 Entscheidungen. Angefangen beim Klingeln des Weckers: Aufstehen oder liegen bleiben? Was anziehen? Was frühstücken? Die Entscheidungen trifft man. Durch die immense Auswahl, die uns heute geboten wird, werden die Entscheidungen nicht weniger. Hier wäre vielleicht weniger mehr. Bis ich vor meinem Kaffee sitze, vergeht heute viel Zeit. Zeit, die mir am Ende fehlt, um den Kaffee mit Genuss zu schlürfen.

Stillstand gleich Rückschritt oder «weniger ist mehr» — spare ich Zeit? In der Forschung für die Medizin beispielsweise oder in der Weiterbildung im Job und bei vielem kann man sich kaum einen Stillstand vorstellen oder sogar erlauben. Bei der Weiterbildung wäre ein kurzer Halt manchmal von Vorteil. Kennt Ihr nicht auch Menschen, die von einer Weiterbildung zur nächsten rasen? Bachelor, Master, Master of Master? Das hat sicher alles seine Berechtigung; jedoch frage ich mich manchmal, wann diese Leute das Gelernte anwenden? Oder wann machen Sie mal eine Verschnaufpause und überlegen, wohin der Weg noch führt? Gut, vielleicht erst dann, wenn der Körper Ihnen mitteilt: «Stopp, ich brauch mal eine Pause». Wäre da weniger mehr?

Grosser Einkaufsladen — viele Produkte, grosse Auswahl. Kleiner Einkaufsladen – weniger Produkte, kleinere Auswahl. In welchem Laden verbringe ich weniger Zeit? Ich persönlich ganz sicher im kleineren Laden. Die Auswahl reicht aus und ich kaufe nur das ein, was ich wirklich brauche. Geht Euch das auch so?

Denkt mal an die Käsevitrine oder die Milchprodukte in einem grossen Einkaufsladen. Bis ich da nur die Regale abgesucht habe, um mein Joghurt zu finden. Die Zeit vergeht im Nu und ich weiss am Schluss gar nicht mehr, welchen Joghurt ich nehmen will. Ebenso ist es mit den Variationen im Käsebereich: Mit Trüffel, mit Pfeffer, halbfett, viertelfett, Ziegenkäse, Schafskäse etc. — das Sortiment ist enorm und bis ich alle Schilder gelesen habe, ertappe ich mich, wie ich bereits vier bis fünf verschiedene Käse in meinen Korb getan habe, die nicht auf der Einkaufsliste stehen.

Stellt Euch diese Frage doch selbst. Was kommt dabei raus? Stillstand gleich Rückschritt — oder weniger ist mehr?



Priska Hasler

www.bt-coaching.ch
www.STOFFWECHSELKURschweiz.ch
priska.hasler@bt-coaching.ch

Anzeige

Gute Figur und Vitalität

+ interessantes, lukratives Konzept
+ ganzheitliche Stoffwechselaktivierung
+ in dieser Art einzigartig auf dem Markt
+ absolut natürlich
+ keine Globulis
+ SWISSness

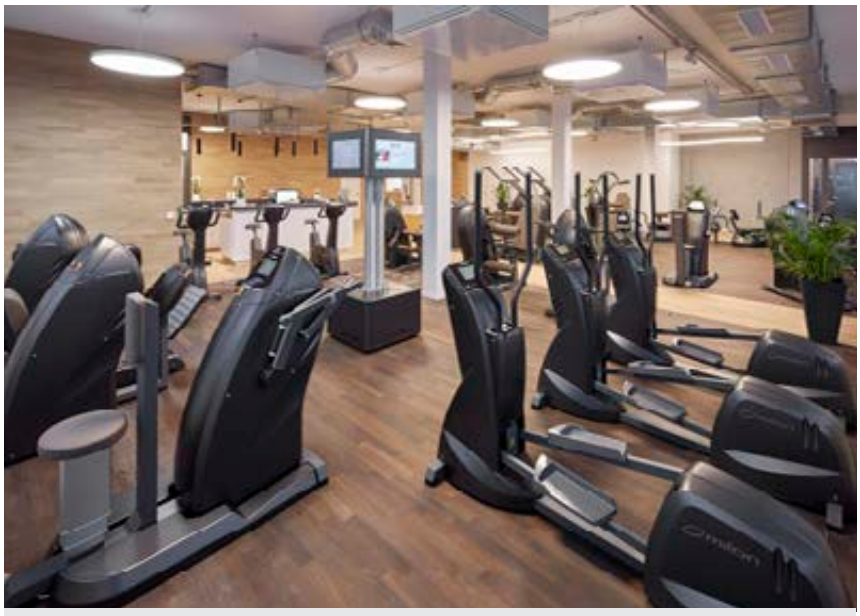
Wir suchen weitere Studios und Trainer als Kuranbieter! Jetzt melden:

www.stoffwechselkurschweiz.ch
info@stoffwechselkurschweiz.ch
Telefon 062 896 01 80

Simply the best im Premium-Segment Eine Top-Betreuung und klare Positionierung zahlen sich aus

Fünf milon/five Studios im Premium-Segment in den Top 10 – das ist das starke Ergebnis des grossen Schweizer Studiotests, der im Auftrag der SWICA und von 20 Minuten durchgeführt wurde. Gewinner ist der Premium Healthclub The White Rabbit in Bern. Der Test unterstreicht einmal mehr, wie wichtig eine Top-Betreuung ist und welches Potenzial das Premium Training mit dem Fokus auf das Thema Gesundheit bietet.

The White Rabbit Club – Health Club überzeugte mit einer einzigartigen Atmosphäre, den milon und five Trainingskonzepten und einer hochqualitativen Betreuung.



Das **BellVida Training** in Suhr wurde als zweitbestes Studio bewertet und konnte unter anderem mit medizinischem Know-how, einer vorbildlichen Betreuung und einem Top-Service punkten.

Für den Studiotest wurden per Zufallsstichprobe 100 Studios der Deutschschweiz ermittelt. Anonyme Tester hatten jeweils ein Probetraining vereinbart und die Studios anhand 70 verschiedener Kriterien genau unter die Lupe genommen. Klarer Sieger des grossen Studiotests im Premium Segment ist The White Rabbit Club — Health Club in Bern. Die Tester verliehen dem Studio, das seit Jahren erfolgreich auf milon und five setzt, die schweizweite Bestnote.

Georg Bielmann, Gründer und Inhaber von The White Rabbit in Bern: „The White Rabbit Health Club setzte von Anfang an auf kompromisslose Qualität. Der Aufwand an Genauigkeit ist entsprechend hoch und erfordert präzises und vernetztes Arbeiten — intern sowie mit unseren Partnern. Mit milon teilen wir diesen Perfektionsanspruch. Die Leidenschaft für herausragende

Qualität und nicht alltägliche Leistungen verbindet uns. Sie manifestiert sich in exakter Verarbeitung und Angeboten, die bis ins Detail durchdacht sind. Die kompetente Unterstützung der milon alpine AG und die reibungslosen Abläufe ihrer Konzepte sind für uns unverzichtbare Eckpfeiler, die das Besondere überhaupt möglich machen."

Das Testergebnis zeigt zudem auf, wie wichtig eine klare Vision und Positionierung für den Erfolg von Studios ist. Der Schlüssel zum Erfolg liegt im Premium Training mit dem Fokus auf das Thema Gesundheit: Vor dem Hintergrund der immer grösseren Bedeutung des Gesundheitsmarktes bieten sich für Studiobetreiber gerade im Segment der Baby Boomers und Silver Surfers grosse Potenziale — für viele Studios eine vollkommen neue Zielgruppe.

„Die Studios sollten Konzepte anbieten, die einfach, sicher und effektiv sind", so Lars Harms, Country Manager Schweiz. „Hierfür ist milon der ideale Partner. Die innovativen milon Trainingsgeräte ermöglichen einen leichten Trainingseinstieg mit hoher Transparenz, Effizienz und Qualität — ideal für das Training mit Fokus auf das Thema Gesundheit."

Sie wollen mehr erfahren? Ihre Ansprechpartner der milon alpine AG freuen sich auf Ihre Nachricht:

Beat Friedli
Leitung Verkauf und Solutions
friedli@milon.com
Tel.: +41 (0) 79 7404020

Lars Harms
Country Manager Schweiz
harms@milon.com
Tel.: +41 (0) 79 1731024

Platz drei für das **BEAT Premium Training** in Alpnach. Das Studio überzeugte die Tester mit effizienten Trainingsmöglichkeiten sowie einer Trainingsbetreuung auf höchstem Niveau.

Das **Gesundheitszentrum Dy-Fit** in Münchenstein machte mit seiner einmaligen und freundlichen Trainingsatmosphäre, dem gesundheitsorientieren Kraft- und Ausdauertraining an milon Geräten sowie seinem Beweglichkeitskonzept auf sich aufmerksam.

Airport Fitness & Wellness Zürich konnte die Tester mit seinem ganzen Spektrum an Fitnessangeboten, der grossen Wellnesslandschaft sowie tollem Design beeindrucken.

100 Studios im Test – nur eine Frage des Preises?

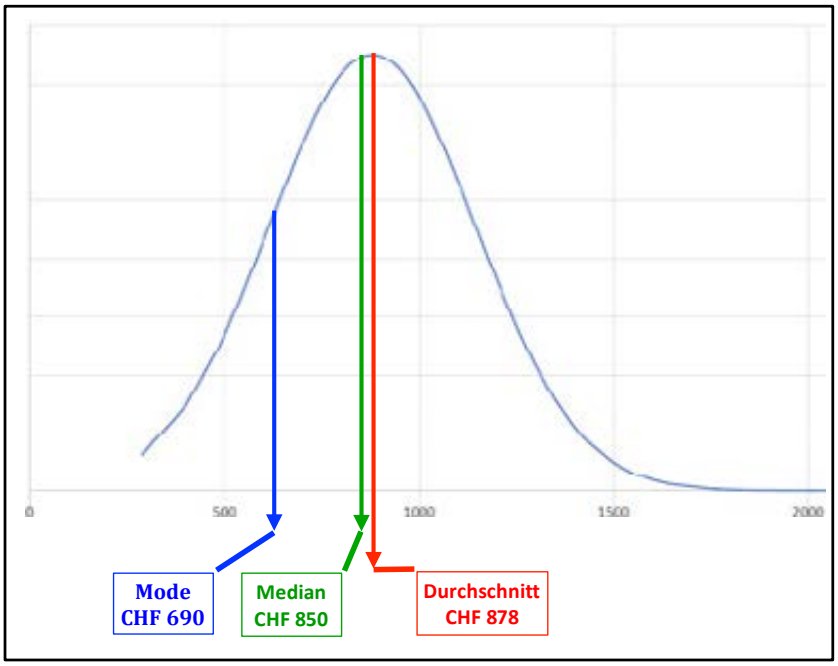


Abbildung 1: Normalverteilungskurve Jahresabopreis deutschsprachige Schweiz

Im Auftrag von 20 Minuten hat starperformance 100 zufällig ausgewählte Center verschiedener Preiskategorien mit verdeckten Probetrainings (Mystery Shopping) getestet. Die publizierten Ergebnisse in 20 Minuten sind für den Leser leicht verständlich sowie kurz und knapp gehalten. Sie bestehen lediglich aus wenigen Zeilen mit einer Gesamtnote. Unter diesen Umständen kann man einer fachlichen Auseinandersetzung im Rahmen dieser Thematik natürlich nicht gerecht werden. Daher wollen wir dieser äusserst spannenden und interessanten Angelegenheit etwas mehr Hintergrund und Tiefe verleihen und dabei in einem ersten Schritt einmal auf die Preispolitik eingehen. Im Test wurden Preiskategorien erstellt und mit den Segmentbezeichnungen «Discount», «Premium», «Mittel-Segment» betitelt. Allerdings kann diese Einteilung durchaus kritisch hinterfragt werden, denn die benannten Segmente liessen sich theoretisch ebenfalls auch über das verfügbare Angebot definieren. Oder wird alleine mit dem Preis bereits klar, welches Angebot diesem gegenübersteht?

Hier ein Beispiel: Wer in ein edles Restaurant geht, weiss, dass der Kaffee dort nicht notwendigerweise besser ist als beim Take-Away am Bahnhof, aber sie/er weiss auch, dass sie/er nicht Schlange stehen muss und der Kaffee in edlem Porzellan — vielleicht sogar mit weissen Handschuhen – an einem schön gedeckten Tisch serviert wird.

Spätestens potentielle Neu-Kunden dürften sich damit schwertun, die verschiedenen Angebote differenziert zu beurteilen, da der Preis oftmals das einzige ist, was diese bewusst wahrnehmen (können). Somit erscheint es durchaus sinnvoll, gerade in der Fitnessbranche den Abo-Preis in einem ersten Schritt einmal nüchtern den eingekauften Leistungen gegenüberzustellen, welche sich in Zahlen messbar ausdrücken lassen.

Die auf den Daten von 650 Centern der deutschsprachigen Schweiz (praktisch alle Center) berechnete Normalverteilungskurve der Abo-Preise ist in Abbildung 1 ersichtlich. Der Mode-Wert ist der Jahresabo-Preis, der am häufigsten vorkommt. Der Medianwert markiert die mengenmässige Mitte, d.h. höher und tiefer als 850 Franken sind Abo-Preise bei gleich vielen Centern und naturgemäss ist der Durchschnittswert mit 878 Franken nicht weit davon entfernt.

In rund 68 Prozent der Deutschschweizer Fitnesscenter kostet ein Jahresabo zwischen 621 und 1134 Franken. Weitere je 13.6 Prozent liegen zwischen 1135 und 1391 bzw. zwischen 365 und 620 Franken. Gesamthaft weniger als fünf Prozent liegen noch höher oder tiefer. Eine andere Darstellung sind die Perzentilen, also die Prozentanteile. Bei rund 80 Prozent der analysierten Deutschschweizer Fitnesscenter kostet ein Jahresabo nicht mehr als 1090 Franken, aber nur bei 20 Prozent liegt der Abo-Preis tiefer als 690 Franken. Dies zeigt genau wie die Normalverteilungskurve, wie dicht gedrängt der Deutschschweizer Markt im Preissegment zwischen knapp 700 und knapp 1100 Franken ist, aber es zeigt auch, wie wenig aussagekräftig Preisvergleiche sind.

Mehr als nur der Preis

Deshalb drängt sich die Frage auf, was der Kunde denn in der Realität grundsätzlich einkauft. Und da ist ein Kriterium nicht zu bestreiten: Entscheidend für die Wahl des Fitnesscenters ist die Lage, denn niemand wird sich jeweils für seine Trainingseinheiten eine halbe Stunde ins Auto setzen oder im ÖV anfahren. Das Fitnesscenter muss entweder vom Wohnort und/oder vom Arbeitsort gut erreichbar sein. Ein Fitnesscenter muss aber nicht nur gut erreichbar sein, es muss

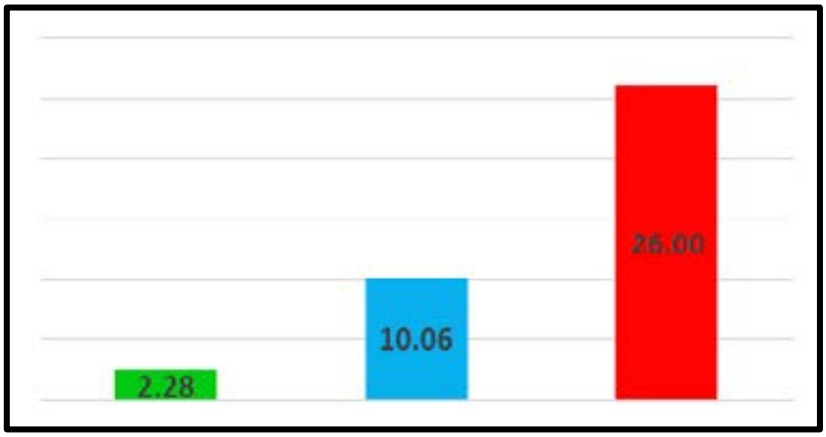


Abbildung 2: Preis pro Stunde «Wahlfreiheit»

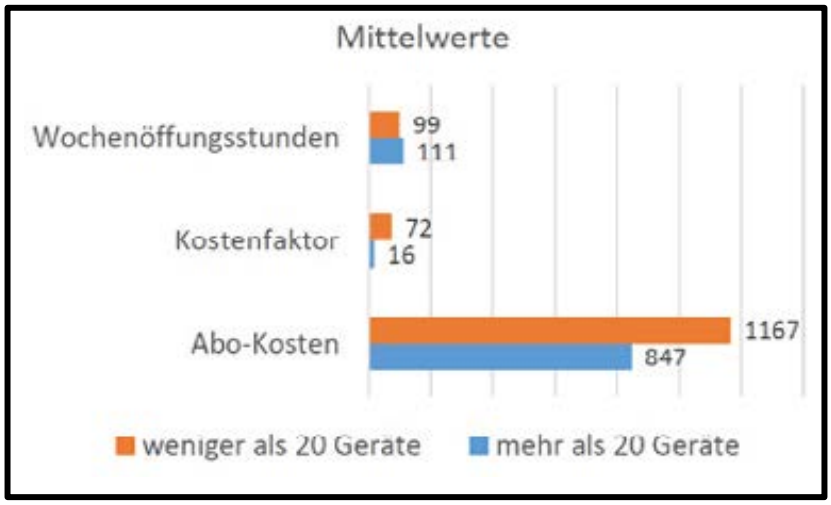


Abbildung 3: Gesamtprodukt und Kostenfaktor

auch geöffnet sein. An dieser Stelle ein Beispiel aus den Bergen: Ein Saisonabonnement in einem nahegelegenen Skigebiet in den Voralpen auf gut 1000 Metern Höhe ist trotz weit besserer Erreichbarkeit als einige der grossen Skiresorts in den Schweizer Alpen immer billiger; denn es ist nicht schneesicher und deshalb weit weniger lang geöffnet. Nach dieser Logik müssten die Abos von Fitnesscenter mit längeren Öffnungszeiten auch mehr kosten. Aber auch ohne statistische Analyse weiss jeder, dass dies nicht der Fall ist und eine statistische Analyse zeigt, dass kein Zusammenhang feststellbar ist, im Gegenteil: Es gibt sogar eine leicht negative Korrelation, d.h. tendenziell kosten Abos von Centern mit längeren Öffnungszeiten auch noch weniger Geld.

Lange Öffnungszeiten bedeuten ja nichts anderes als eine grössere Freiheit bzw. eine kleinere Einengung bezüglich der Wahl der individuellen Trainingszeiten. Die relative Wahlfreiheit im Verhältnis zum Abo-Preis kann durch die Kosten pro Wochenstunde Öffnungszeit in Zahlen ausgedrückt werden. In Abbildung 2 ist das Ergebnis dargestellt und es erstaunt: Die Spannbreite ist noch viel höher als bei den Jahresabo-Preisen. Diese grosse Spannbreite wird tendenziell durch kürzere Öffnungszeiten verursacht. Anders ist dieser Maximalwert nicht zu erklären, denn wenn das betreffende Center 70 Stunden Wochenöffnungszeit anbieten würde, betrüge der Abo-Preis bereits gegen 1820 Franken. Und Center mit einem solchen Abo-Preis weisen längere Öffnungszeiten auf. Es gibt also offensichtlich Kunden der Branche, die trotz eingeschränkter Öffnungszeiten bereit sind einen «normalen» Abo-Preis zu bezahlen.

Typisierung

Wir bleiben beim Beispiel vom Saisonabonnement in einem Skigebiet: Wenn es sich beim gut erreichbaren Skigebiet in den Voralpen auf 1000 Metern Höhe mit geringer Schneesicherheit auch um nur einen einzigen Hang mit einem einzigen Skilift handelt, ist der Preis für ein Saisonabonnement natürlich noch einmal deutlich tiefer. Vergleichbar wäre ein Center mit geringerer Öffnungszeit und weniger Trainingsgeräten. Bei der nächsten Analyse wurde deshalb durch die Multiplikation der Wochenöffnungsstunden mit der Anzahl Trainingsstationen ein Produkt in Zahlen ausgedrückt, das der Saisondauer eines Skigebiets und dessen Grösse entspricht. Auch hier bringt der Vergleich «Direkte Gegenleistung» (= Gerätezahl mal Wochenöffnungsstunden) zum Abo-Preis eine Überraschung wie in Abbildung 3 dargestellt. Center mit weniger als 20 Trainingsgeräten unterscheiden sich signifikant von jenen mit mehr Trainingsgeräten. In den kleinen Centern beträgt der Kostenfaktor für das Produkt «Gerätezahl mal Wochenöffnungszeit» 72, während er bei allen andern Centern nur bei 16 liegt. Wenn man ausserdem bedenkt, dass die Kunden dieser kleineren Center im Durchschnitt 1167 Franken für ein Jahres-Abo bezahlen, während dieser Durchschnittsabo-Preis bei den Centern mit mehr als 20 Trainingsstationen «lediglich» 847 Franken beträgt. Bedenkt man dabei, dass es sich bei allen Centern mit weniger als 20 Trainingsgeräten entweder um Physio- oder Frauen-Center handelt, kommt man dem Prinzip sinnvoller Analysen schon eher auf die Spur. Es gibt offensichtlich aktuelle Kunden und wohl auch potentielle Neu-Kunden, die auch bei einem vermeintlich bescheideneren Angebot einen relativ hohen Abo-Preis zu bezahlen bereit sind.

Offensichtlich bestehen hier weitere, für Kunden relevante und wesentliche Faktoren, die einen höheren Preis rechtfertigen.

In den nächsten Ausgaben wird starperformance genauer auf diese Faktoren eingehen sowie weiteren Fragen nachgehen: Gibt es Unterschiede zwischen den Wirtschaftsräumen der Schweiz, und wenn ja, welche? Oder gibt es sie zwischen den Sprachregionen? Oder in der Bevölkerungsdichte?

Felix Zimmermann
starperformance AG
www.starperformance-consulting.com

15 Jahre Mountain Move in Arosa

Bereits zum 15. Mal traf sich die Branche bei der ultimativen Fitness-, Ski- und Fun-Woche in den Schweizer Bergen zum Mountain Move. Der Event fand erneut im Waldhotel National in Arosa statt und ging vom 17. bis 23. März 2019. Schon zum dritten Mal wurde das dreitägige Netzwerktreffen für Entscheidungsträger durchgeführt.

Das Netzwerktreffen lockte in seiner dritten Ausgabe erneut mit hochkarätigen Referenten. Ein Highlight war sicherlich der Vortrag von Bernhard Heusler, der von 2012 bis 2017 als Präsident des FC Basels fungierte. Anschliessend begaben sich die Gäste an das mit Spannung erwartete Gala-Dinner, dieses Mal mit dem Dresscode «Snow White or Black Beauty», um dann den Abend stilvoll an der Porsche Cigar-Night im Kursaal ausklingen zu lassen.

Auch am Donnerstag-Morgen fanden spannende Vorträge statt und danach organisierte Cellini Caffè ein Plausch-Skirennen, welches bei den Damen von Kathrin Salzmann und bei den Herren von Berny Huber gewonnen wurde. Danach traf man sich auf der Tschuggenhütte, wo Renzo Kressig die Verpflegung und Getränke offerierte. Am Abend gab es Fondueplausch und Fackelmarsch, bevor das grosse Finale folgte: Eine riesen Party, bei welcher das 15-jährige Jubiläum von Mountain Move bis weit in die Nacht gefeiert wurde. DJ war selbstverständlich Marcel Baumann.

Das Wetter war am diesjährigen Mountain Move perfekt, Sonnenschein pur! Zudem war der Schnee noch sehr gut zum Skifahren und es hatte wenige Leute auf der Piste.

Danke diesen tollen Bedingungen waren, trotz Party und wenig Schlaf, die meisten Teilnehmer auch am Freitag wieder auf dem Berg und genossen das zweite Apéro auf der Tschuggenhütte. Dieses Mal gesponsert von Greinwalder & Partner (neu ACISO).

Viele Netzwerker verabschiedeten sich dann am Freitag gegen Abend und traten die Heimreise an, einige blieben aber noch eine Nacht länger in Arosa.

135 Teilnehmer waren für diese Ausgabe nach Arosa gereist, davon 48 Studiobesitzer. Organisator Rolf Dürrenberger war sehr zufrieden mit dem Anlass, welcher nur dank zahlreicher Sponsoren durchgeführt werden konnte. Hauptsponsoren waren Porsche Zentrum Zürich, milon und five. Nächstes Jahr findet das Mountain Move und das Netzwerktreffen wieder im März in Arosa statt. Für Alle, die nicht bis dahin warten wollen, organisiert Rolf Dürrenberger bereits die zweite Herbst-Ausgabe, die ebenfalls in Arosa vom 3. bis 6. Oktober 2019 stattfinden wird: www.mountain-move.ch

Fotos: FITNESS TRIBUNE und Eveline Salzmann

TRX Training Zone
WE ARE TRX
PORSCHE

Mountain Move
Arosa
PORSCHE
Porsche Zentrum Zürich
www.porsche-zurich.ch

FITNESS SKI FUN
MOUNTAIN MOVE
Welcome
PLAUSCHWOCHE

Mountain Move

2. Herbst-Ausgabe

Do. 03. - So. 06.10.2019 in Arosa

Für alle, die nicht bis zum Winter warten können

Die Mountain Move 2019 wird präsentiert von

milon five PORSCHE Porsche Zentrum Zürich

Besuche uns online:
www.mountain-move.ch

Stress und Zeitdruck: Der natürliche Feind der Führungskraft

Zeit- und Aufgabenmanagement mit der Ivy-Lee-Methode

Führungskräfte sind in der Bewältigung ihrer Aufgaben vielen Widersachern ausgesetzt: Zeitdruck, Aufgabenmanagement, Bürokratieaufwand, Informationsverlust – kurz: Stress. Um hier Herr der Lage zu bleiben, kann auf die einfache sowie effektive Ivy-Lee-Methode zurückgegriffen werden.

Der Alltag eines Clubleiters ist in der Regel von vielerlei verschiedenen Aufgaben geprägt. Gerade wenn es mal wieder „viel" oder sogar „zu viel" wird, droht Überforderung. Oftmals kommt man in die Situation, dass man gar nicht weiss, mit welcher Aufgabe man anfangen soll. Wer unter Stress unstrukturiert arbeitet, läuft schnell Gefahr, den Überblick zu verlieren und in seiner Produktivität deutlich eingeschränkt zu werden, sofern er nicht über ein sehr gut ausgeprägtes Selbstmanagement verfügt. Und genau am eigenen Zeit- und Selbstmanagement hapert es in der Praxis oftmals.

In der Theorie existieren zahlreiche verschiedene Methoden, um die eigene Produktivität zu optimieren. Oftmals geht die Schere zwischen Theorie und Praxis aber genau hier weit auseinander. Es mangelt an Zeit, es ist zu viel gleichzeitig zu erledigen und es existieren Zweifel sowie Ängste bezüglich der praktischen Umsetzung. Eventuell fehlt auch das nötige Know-how bzgl. der Anwendung entsprechender Methoden. Im Folgenden wird deshalb eine simple und zeitsparende Produktivitätsmethode vorgestellt, die im Cluballtag problemlos eingesetzt werden kann: die Ivy-Lee-Methode.

Methode über 100 Jahre alt

Die Ivy-Lee-Methode ist nicht neu, hat sich aber im praktischen Einsatz seit mehr als 100 Jahren bewährt. An ihrer Effektivität hat die Methode auch im Jahr 2019 nichts eingebüsst. Das extrem einfache und dabei hocheffiziente System der Tagesplanung bzw. der Organisation der täglichen To-dos wurde bereits 1918 von Charles M. Schwab praktiziert und hat sich im professionellen Management bis heute nachhaltig etabliert. Der Eigentümer der Bethlehem Steel Company (einer der damals grössten Schiffsbauer bzw. Stahlproduzenten in den USA) war getrieben vom Ehrgeiz, immer besser zu sein als seine Konkurrenten. Schwab war stets auf der Suche nach praktischen Lösungen, wie er in seinem Unternehmen die Produktivität nachhaltig steigern konnte. „Stillstand ist der Tod jedes Unternehmens" — dies war seine Devise, denn Produktivität spart langfristig nicht nur Zeit, sondern vor allem auch Geld und Nerven.

Optimierung von Produktivität

Charles M. Schwab war unzufrieden mit der Produktivität seiner Mitarbeiter. Um sich selbst und seine Führungskräfte produktiver und effizienter zu machen, arrangierte Schwab ein Meeting mit dem damals schon renommierten Produktivitätstrainer Ivy Lee. Lee war selbst ein erfolgreicher Geschäftsmann und weithin bekannt im Bereich Public Relations. Im Rahmen des Meetings mit Ivy Lee stellte Charles M. Schwab die Frage, ob er nicht einen Tipp hätte, wie er und sein Team produktiver werden könnten. Die Antwort von Lee auf diese Frage war: „Geben Sie mir 15 Minuten mit Ihren Führungskräften." Schwab reagierte daraufhin: „Wie viel wird mich das kosten?" „Wenn es nichts bringt, dann zahlen Sie mir gar nichts", antwortete Lee, „und wenn der Tipp Sie und Ihr Team produk-

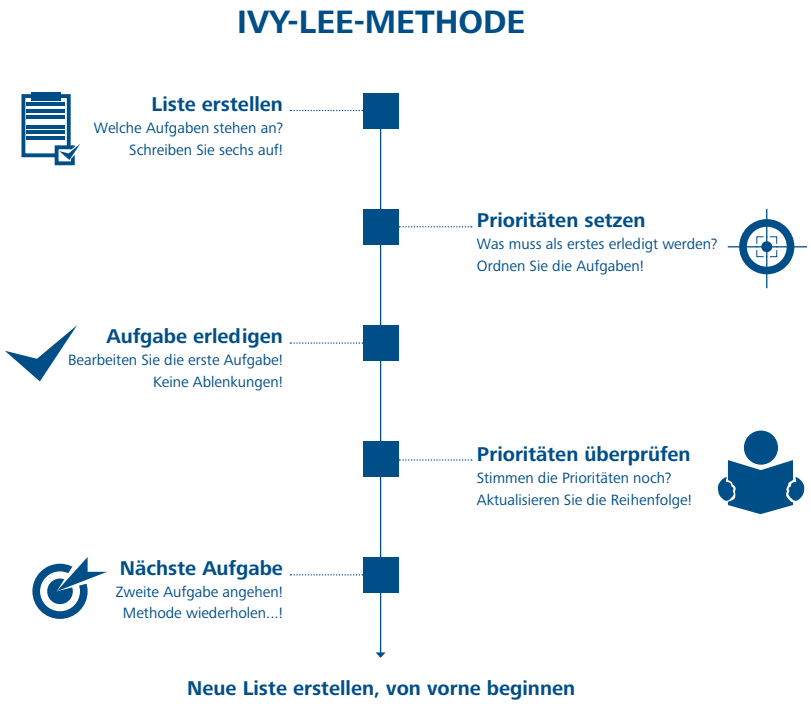


Abbildung 1: Mit fünf einfachen Schritten zum Erfolg

tiver macht, dann schicken Sie mir im Anschluss einfach einen Scheck über den Betrag, der Ihnen dieser Tipp wert ist." Charles M. Schwab war damit einverstanden und so legten sie los.

Die Methode

Schwab versammelte seine Führungsmannschaft um Lee, der daraufhin dem Team seine Methode der Tagesplanung vorstellte. Die Methode umfasste die folgenden fünf Schritte (s. Abb. 1):

1. **Liste erstellen**
   Am Ende eines jeden Werktages wird der folgende Tag geplant. Man schreibt untereinander die sechs wichtigsten Dinge auf, die am nächsten Tag unbedingt erledigt werden müssen. Es dürfen dabei nur maximal sechs Punkte auf der Liste stehen.
2. **Aufgabenpriorisierung**
   Diese sechs Aufgaben sollen nun nach ihrer Wichtigkeit geordnet werden. Die wichtigste Aufgabe steht oben, die unwichtigste Aufgabe unten.
3. **Das Wichtigste zuerst**
   Jeder Mitarbeiter soll nun seinen Arbeitstag mit der Bearbeitung der wichtigsten Aufgabe, also der Aufgabe, die ganz oben auf der Liste steht, beginnen. Man soll nur diese Aufgabe bearbeiten und nicht aufhören, bis die Aufgabe erledigt wurde.
4. **Rangfolge beachten**
   Nun soll mit dieser Arbeitsweise bzw. Systematik weitergearbeitet werden. Die dritte Aufgabe auf der Liste wird erst begonnen, nachdem die zweite abgeschlossen ist. Mit dieser Methode fährt man so lange fort, bis die Liste abgearbeitet ist. Wenn nicht alle Punkte auf der Liste geschafft werden, erfolgt ein Übertrag auf die Liste des darauffolgenden Tages. Diese Aufgabenliste wird dann mit neuen Aufgaben wieder auf maximal sechs Aufgaben aufgefüllt.
5. **Routine**
   Diese Verfahrensweise soll dann an jedem Arbeitstag wiederholt werden.

Simpel aber überzeugend

Ivy Lees Methode klang simpel, was dazu führte, dass Charles M. Schwab ebenso wie sein Führungsteam zunächst skeptisch waren, ob das denn klappen würde. Aber sie wollten es versuchen. Drei Monate später rief Charles M. Schwab Lee wieder in sein Büro und überreichte ihm einen Scheck über 25'000 US$ (heutiger Gegenwert etwa 400'000 US$). Anhand dieser Summe kann man sich sehr gut vorstellen, wie enorm die Ergebnisse der Ivy-Lee-Methode für die Produktivität von Charles M. Schwab und dessen Mitarbeiter der Bethlehem Steel Company gewesen sein müssen.

Praktische Umsetzung im Cluballtag

Alles, was Führungskräfte in der Fitness- und Gesundheitsbranche zur praktischen Umsetzung der Ivy-Lee-Methode brauchen, sind täglich 15 Minuten Zeit, einen Stift, ein Blatt Papier und einen klaren Kopf. Die Konzentration auf die sechs wichtigsten Aufgaben des Tages sorgt dafür, dass die To-dos klar abgesteckt sind, was einen schnellen strukturierten Einstieg in den Arbeitstag ermöglicht. Single-Tasking, nicht Multi-Tasking, lautet Ivy Lees Devise. Volle Konzentration auf Weniges, dafür aber Wesentliches — ohne Ablenkung — und dann heran an die nächste der sechs Aufgaben.

Diese Zeit ist sehr gut investiert, denn:

- die Methode ist einfach strukturiert und effizient in der Anwendung
- dieses Vorgehen erleichtert den täglichen Einstieg, spart Zeit und sorgt für eine klare Fokussierung
- sie zwingt Unternehmer förmlich dazu, harte Entscheidungen zu treffen und gezielt Aufgaben zu priorisieren sowie zu strukturieren
- diese Priorisierung fördert das Single-Tasking bzw. sorgt für mehr Klarheit und Transparenz
- eine bessere Effizienz und Organisation steigert nicht nur die Produktivität, sondern fördert auch die eigene Motivation und die der Mitarbeiter

Fazit

Das Wichtigste an dieser Methode ist, dass unnötige „Zeitfresser" durch das Priorisieren bereits zu Beginn eliminiert werden. Dadurch, dass nur die sechs wichtigsten Aufgaben den Sprung auf die tägliche To-do-Liste schaffen, lernen Führungskräfte automatisch zwischen dringenden bzw. wichtigen Aufgaben (die meist keinen Aufschub dulden) und unwichtigeren, weniger dringlichen Problemen und Herausforderungen zu unterscheiden. Dieses Vorgehen sorgt dafür, den Überblick auch im stressigen Studioleiteralltag nicht zu verlieren und sich sowie die eigenen Mitarbeiter effizient und produktiv zu führen. Alles in allem ist die Ivy-Lee-Methode wirklich sehr einfach in der Handhabung und spart Zeit, Geld und Manpower, sofern man diese Produktivitätsmethode in der Praxis effektiv einsetzt.

Produktiv können Führungskräfte aber langfristig nur bleiben, wenn sie nicht nur effizient arbeiten, sondern auch die eigene Work-Life-Balance im Auge behalten.

Buch-Tipp

Wie Führungskräfte den Spagat zwischen Be- und Entlastung bestmöglich realisieren können, vermittelt David Allen anschaulich in seinem Buch *„Wie ich die Dinge geregelt kriege — Selbstmanagement für den Alltag"*. Das Buch des Bestsellerautors ist ein absolutes Must-have für jeden, der sich selbst (noch) besser managen möchte. Hier spielen persönliches Time-Management, Stressresistenz und tägliche Arbeitsroutinen und Rituale, wie beispielsweise die Ivy-Lee-Methode (als effizienter Einstieg in den Arbeitstag), eine tragende Rolle.

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

Roman Spitko

Roman Spitko verfügt über ein Studium der Betriebswirtschaftslehre sowie ein Master-of-Laws-Studium (LL. M.). Er ist als Dozent sowohl für die BSA-Akademie als auch für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) tätig. Seit 2015 fungiert er zudem als Fachleiter Management/Ökonomie.
www.dhfpg-bsa.de

Florian Schmidt

Florian Schmidt absolvierte nach einem Studium im Hotelmanagement ein Master-Studium in Sportwissenschaft. Während seines Studiums arbeitete er als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Sportökonomie und Sportsoziologie an der UdS. Er ist als Dozent, Wissenschaftsredakteur und Tutor für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) sowie für die BSA-Akademie tätig.
www.dhfpg-bsa.de

Luzerner feiern den alten und neuen Box-Weltmeister Tefik Bajrami

An der Mix Gala Fight Night verteidigt der 42-jährige Tefik Bajrami seinen Weltmeistertitel im Cruisergewicht nach Version WBU (World Boxing Union).

Der Rummel in der Krauerhalle in Kriens war nach dem Kampf um Tefik «Hurricane» Bajrami sehr gross. Zahlreiche Fans stiegen zum Weltmeister in den Ring um sich mit ihrem Vorbild fotografieren zu lassen.

Der 42-jährige kämpfte in zehn harten Runden gegen den 24-jährigen Paata Aduaschvili aus Georgien, welcher kurzfristig als Ersatz für den Bosnier Elvis Smajlovic antrat, der an einer Lungenentzündung erkrankt war und somit nicht zum Kampf antreten konnte. Tefik Bajrami verteidigte seinen Weltmeistertitel im letzten WM-Kampf im Cruisergewicht (bis 91 kg) einstimmig mit 3:0-Richterstimmen.

Aufgrund seiner Linksauslage und auch wegen seiner Agilität trotz geringerer Körpergrösse war der 24-jährige Georgier der erhoffte, unbequeme Gegner für Bajrami. Der Schweiz-Kosovare hatte jedoch, dank seiner Erfahrung, den Kampf jederzeit unter Kontrolle und konnte sich bestens auf Aduaschvili einstellen. Ein vorzeitiges Ende des Kampfes hätte allerdings die beidseitig intensiven Schlagoffensiven in der 10. Runde bringen können, doch insgesamt war es ein verdienter 3:0-Punktesieg für Tefik Bajrami.

Bajrami war laut eigener Aussage schon zwei Tage vor dem Kampf sehr nervös und am Kampftag bereits um fünf Uhr morgens auf den Beinen. Er zeigte sich nach dem Kampf sehr zufrieden mit seiner Leistung. «Ich wollte meinen letzten WM-Kampf in der Schweiz unter keinen Umständen verlieren. Mein Ziel war es, den Kampf mit einem K. O. zu gewinnen. Trotzdem war es kein einfacher Kampf, denn ich tat mir mit der Linksauslage meines Gegners schwer.» Als er nach der Hälfte spürte, dass er den Fight nicht vorzeitig beenden kann, kämpfte Bajrami bewusst etwas vorsichtiger, da er wusste, dass er nach Punkten in Führung lag und den Kampf somit bis zum Schluss kontrollierte.

Am 13. Juli bestreitet Tefik Bajrami in Podujeva im Kosovo einen finalen Kampf. Mit diesem WM-Sieg in Kriens setzte der 42-jährige einen Schlusspunkt unter seine Kampfserie in der Schweiz. Tefik will sich 2020 definitiv vom Kampfring verabschieden, ist bis dahin noch offen für allfällige Anfragen aus dem Ausland.

An diesem Abend fanden insgesamt neun Kämpfe statt (vier Boxen, fünf Thaiboxen). Von der Kampfsportschule Bajrami Luzern kämpften im Thaiboxen Verona Gjinaj und Branko Kojic. Die junge Verona Gjinaj gewann souverän gegen Tiffany Wilend nach Punkten, Branko Kojic unterlag leider seinem Gegner Tarik Mesic.

WWW.BASEFIT.CH
FITNESSCLUBS
SCHWEIZWEIT GESUCHT!
Bereit den Staffelstab abzugeben?
Wir suchen Fitnessclubs zur Übernahme mit folgenden Kriterien:
• Einzugsgebiet mit mindestens 20.000 Personen
• Ca. 1.000 bis 2.000 m² Grösse
Zögern Sie nicht uns zu kontaktieren: expansion@basefit.ch
basefit.ch
WIR SIND FITNESS

Eine Woche im Tiger Muay Thai Trainingscamp in Phuket:

Wie man mit einem italienischen Bären kämpft!

Von Roger Gestach

Seit meiner Übernahme der FITNESS TRIBUNE im September 2017 hatte ich zwar öfter mal ein paar verlängerte Wochenenden, aber so richtig Ferien machte ich keine seither. Nachdem die letzten Wochen und Monate ziemlich hektisch waren, hatte ich das grosse Bedürfnis, wieder einmal abschalten zu können, aber auch mal was Neues zu machen. Nur eine Woche am Strand rumliegen, das wollte ich nicht.

Seit meinem sechsten Lebensjahr mache ich Kampfsport (Karate). Die letzten Jahre hatte ich aber den Kampfsport ein wenig aus den Augen verloren und machte fast ausschliesslich Fitnesstraining. Seit einem Jahr hat mich das Kampffieber wieder gepackt, nicht mehr Karate, sondern Thaiboxen und Boxen. Ich habe in der Kampfsportschule Bajrami in Luzern einen tollen Club gefunden.

Mein Trainer, Tefik Bajrami, ist immer noch aktiver Boxer. Er bereitet sich schon seit längerem jeweils im Tiger Muay Thai Center in Phuket auf seine Kämpfe vor. Er hat mir von diesem tollen Trainingscamp vorgeschwärmt. Also, mit 48 Jahren, auf nach Thailand ins Trainingscamp!

In meiner aktiven Zeit als Karate-Ka habe ich sehr viele Kampfsportschulen gesehen, sowas wie dieses Tiger Muay Thai Center aber noch nie. Das Center ist riesig und erstreckt sich auf 10'000 Quadratmeter. Es hat je eine riesige Trainingsfläche für Anfänger, Fortgeschrittene, Profi-Kämpfer, Fitness, Crossfit, MMA und die Thai-Box-Trainer haben auch ihre eigene Fläche. Vom Privattraining zum Gruppentraining ist alles zu haben.

Wenn man denkt, man sei Andi Hug, man sei 25 Jahre jung und man spreche gut Englisch, dann ist dies Selbstüberschätzung pur und man wird dafür bestraft. Eine meiner schlechteren Ideen war wohl, gleich nach der Ankunft ins Training zu gehen. Wenig Schlaf im Flugzeug, Jetlag und keine Akklimatisierung. Ich dachte mit einem Red Bull geht es leichter und so quälte ich mich also durch mein erstes Training, beim dem rund 50 Fighter aus vielen Orten der Welt mitmachten, darunter Amerikaner, Chinesen, Russen, Engländer, Holländer. Die meisten anderen Kämpfer waren viel jünger als ich, teilweise erst 20 Jahre alt. Ein paar Exoten ü40 hatte es aber auch. Als ich auf der grossen Uhr bemerkt, dass ich schon 50 Minuten vom Training überstanden hatte, „kotzte" ich mich die letzten zehn Minuten so richtig aus und gab Vollgas.

Doch leider wollten die thailändischen Trainer nach 60 Minuten nicht mit dem Training aufhören. Und so wurde dieses Training zum härtesten meines Lebens. Nach rund 85 Minuten konnte ich nicht mehr. Ich hatte das Gefühl zu sterben und musste das Training total erschöpft abbrechen. Es verging sicher 30 Minuten bis ich mich wieder einigermassen erholt hatte. Ich stellte dann später fest, dass ich bei der Kommunikation beim Check-In etwas nicht richtig verstanden hatte: Im Tiger Muay Thai Center gingen die Gruppentrainings nie nur eine Stunde, sondern immer zwei Stunden.

Am ersten Abend hatte ich dann aber noch richtiges Glück. Als ich gemütlich nach dem Nachtessen noch beim Kaffee sass, rannten plötzlich Hunderte von Leute an mir vorbei und schrien. Es stank zudem ganz komisch. Was ist denn hier los? Da ich schon bezahlt hatte, konnte ich das Restaurant direkt verlassen. Ein Einkaufsladen, nur gerade mal 20 Meter von meinem Restaurant entfernt, stand in Flammen. Bis die thailändische Feuerwehr eintraf, vergingen über 45 Minuten. Am Schluss hatte sich das Feuer auch auf die Nachbarhäuser ausgebreitet. Mehrere Geschäfte, „mein" Restaurant und ein grosses Hotel brannten schlussendlich lichterloh. Ob es Verletzte oder Tote gab, erfuhr ich nicht. Ich war nur froh, dass mein erster Tag vorbei war.

Die nächsten Tage verliefen ohne Spektakel und ich hatte mich langsam an die zwei Stunden Training gewohnt, man musste es sich halt einteilen. Zu schaffen machte mir aber die Hitze. Bei meiner Ankunft waren es rund 33 Grad. Gegen Mitte und Ende der Woche hatten wir teilweise 40 Grad.

Mein letztes Training am Abreisetag war dann aber wieder aufregend. Irgendwie hatte ich gar keine Lust mehr. Schliesslich bin ich kein aktiver Wettkämpfer mehr und ich hatte die letzten Tage so viel trainiert wie sonst in einem Monat. Aber gebucht ist gebucht, also auf zum letzten Training! Es war „Sparring" angesagt (freier Kampf). Und da war doch einer, fast zwei Meter gross, sehr kräftig gebaut, ein paar Kilo zu viel, über 100 Kilo, Italiener, zirka 35 Jahre alt. Er war definitiv einmal ein Weltklasse-Thai-Boxer. Dies sah man sofort an seiner sehr exzellenten Technik. Ich nenne diesen Typen den „italienischen Bären".

Beim Sparring sah ich, dass er seine Trainingspartner regelrecht auseinander nahm und alle irgendwann zu Boden gingen. Aus meiner Sicht schlug er viel zu hart zu, schliesslich waren wir beim Training und nicht beim Wettkampf. Leider stoppten ihn die thailändischen Trainer nicht. Im Gegenteil; sie fanden es sogar toll, wenn der grosse „Bär" harte Treffer landen konnten.

Mein Wunsch bei diesem letzten Training war es, nur nicht gegen den „Bären" kämpfen zu müssen. Ich hatte es bis jetzt geschafft, eine Woche verletzungsfrei zu trainieren und hatte keine Lust, mir jetzt noch etwas zu brechen. Ich schaute also beim Partnerwechsel, dass ich dem Italiener ausweichen konnte. Leider ging mein Wunsch nicht in Erfüllung. Einer der thailändischen Trainer wollte unbedingt, dass es zu einem Duell Schweiz gegen Italien kam.

Was mache ich jetzt? Wenn ich ihm voll auf den Kopf schlage, schlägt er voll zurück, Reaktion gleich Gegenreaktion und dann gibt es eine ziemlich harte Prügelei, Ausgang unklar, Vorteile sicher beim Italiener, schliesslich war er über zehn Zentimeter grösser und viel schwerer. Ich brauchte also einen Schlachtplan. Aus dieser Nummer komme ich nicht mit Gewalt, sondern nur mit Köpfchen raus, dachte ich mir.

Mein Schlachtplan war, zuerst für Verwirrung zu sorgen, um dann zu überraschen. Die Thaiboxer (übrigens Boxer auch) kämpfen immer mit der besseren Seiten vorne (meistens linkes Bein vorne, rechte Hand hinten). Ein Thaiboxer wechselt nie seine Seite. Auch im Training wird fast immer nur die bessere Seite trainiert. Als Karateka habe ich mir angewöhnt, immer beide Seiten zu trainieren und ich konnte auch beidseitig kämpfen. Also meine erste Taktik war, im Kampf permanent die Seite zu wechseln. Damit konnte ich den „Bär" schon richtig verwirren, dies war er sich nicht gewohnt. Er schaute mich an, als wäre ich vom Mond.

Der „Bär" war es gewohnt, dass wenn er mit seiner Grösse und seinem Gewicht, wie eine Dampfwalze auf den Gegner zukommt, dass alle seine Gegner zurückweichen. Keiner bleibt stehen, wenn ein über 100 Kilo schwerer Bär angreift! Also war mein zweite Taktik, genau das Gegenteil zu machen. Wenn der „Bär" angreift, gehe ich nicht zurück, sondern gehe selber mit einem Konter nach vorne. Und zwar nicht irgend ein Konter, sondern meine Geheimwaffe aus alten Karatezeiten, ein Zuki (gerader Faustschlage mit der hinteren Hand) zum Bauch. Die vordere Hand bleibt beim Kopf, damit Nase und Zähne nichts abbekommen.

Liebe Leser, sie können es mir glauben: Es braucht eine riesen Überwindung, wenn ein angriffiger Bär mit Händen und Füssen schlagend auf sie zustürmt, nicht zurückzugehen, sondern selber nach vorne zu gehen. Doch es musste sein, es war meine einzige Chance.

Nachdem ich dem „Bären" mit meiner Kampfstrategie mit der rechten Hand schon dreimal richtig hart in seinen Schwabelbauch geschlagen hatte, wechselte ich noch die Seite und machte das gleiche links. Der „Bär" musste Luft holen, so hart hatte ich ihm mehrfach in den Bauch geschlagen. Er war sich diese Bauchschläge nicht gewohnt und noch weniger war er es gewohnt, dass man bei seinen Angriffen nicht zurückging, sondern nach vorne.

Nach dem sechsten Treffer fragte mich der „Bär" auf Englisch: Ob es für mich okay sei, wenn wir den Rest des Sparring ganz locker kämpfen würden. Mir konnte es recht sein. Fazit: Ich hatte den „Bär" gezähmt. Und so überstand ich auch mein letztes Training ohne Verletzungen und konnte mit vielen Erlebnissen die Heimreise antreten.

Das erste BSA/DHfPG FITNESS & HEALTH CAMP

Eine gelungene Premiere auf der griechischen Insel Kos

Wer seinen Urlaub vom 18. bis zum 25. Mai im wunderschönen ROBINSON Club Daidalos auf Kos verbracht hat, durfte daran teilnehmen: Am ersten BSA/DHfPG FITNESS & HEALTH CAMP! Hochkarätige Experten aus den Bereichen Gesundheit, Prävention, Fitness und Ernährung überzeugten mit tollen Workshops, umfassender Beratung samt Ernährungscoaching, energiegeladenen Masterclasses, professionellen Körperanalysen und vielem, vielem mehr.

Clive Salz begeisterte mit kreativen Übungen

Zu Beginn der vollgepackten Eventwoche versammelte sich das gesamte Expertenteam der BSA-Akademie / Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG), der SAFS — Swiss Academy of Fitness & Sports sowie des ROBINSON Club Daidalos Team 2019 und schworen die teilnehmenden Gesundheitsorientierte und Fitnessfans jeden Alters auf die bevorstehenden Highlights ein. Wobei das erste Highlight ganz klar das Team des FITNESS & HEALTH CAMPs selbst war. Denn darunter befanden sich u. a. zwei ehemalige Europameister, ein Ironman Hawaii Finisher, ein Profi-Coach, eine Tanzkoryphäe, mehrere internationale Presenter und Dozenten u. v. m. Auch das nächste Highlight gehörte eigentlich zur Grundausstattung der Eventwoche: Die Traumkulisse der griechischen Insel Kos — vor welcher sowohl der Fitnesscrack als auch der Sport-Neuling das Schwitzen fast vergassen. Unter einer schattenspendenden Zypresse, am und teilweise im Pool oder am luftigen Sandstrand, alle Programmeinheiten fanden auf dem grosszügigen Areal des Club Daidalos ihre passende Location.

Laufen mit dem Europameister

Etwas flexibler zeigten sich da die Teilnehmenden aus dem Bereich Laufen/Cardio. Zwar fanden einige der acht Einheiten stationär statt — so z. B. das Techniktraining oder der Vortrag „Laufen, gewusst wie?" — doch gerade die gemeinsamen Laufeinheiten schlängelten sich entlang der mediterranen Architektur. Unter Anleitung der beiden Lauf-Spezialisten Prof. Dr. Thomas Wessinghage und Prof. Dr. Arne Morsch konnten Laufenthusiasten wie auch Einsteiger ihre persönlichen Leistungshorizonte ertasten und bei Wunsch erweitern. Denn besonders Thomas Wessinghage, Lauf-Europameister von 1982 über 5'000 Meter und Facharzt der Sportmedizin, teilte nicht nur sein theoretisches Wissen, sondern konnte den Anwesenden aus seiner erfolgreichen Profikarriere (u. a. zwanzigfacher Deutscher Meister) berichten. Auch die übrigen Coaches standen in Sachen Expertise in nichts nach.

Trainieren wie die Stars

Als Personal Trainer zahlreicher Spitzensportler sowie bekannter Persönlichkeiten, z. B. von Henry Maske oder Stefan Raab, bereitete Clive Salz für die Teilnehmer im Bereich „Kraft/Athletik" einen ganz besonderen Trainingsplan vor. Das aus mehreren Teilen bestehende Programm „Der Athlet im Alltag" widmete sich pro Einheit einer Körperpartie, um im sechsten und finalen Teil die Teilnehmer für ihren individuellen Anspruch rundum fit zu machen. Selbst bei kleineren Schwächephasen unter der griechischen Sonne konnte der Profi-Motivator die Teilnehmenden an ihre selbstgesteckten Ziele heranführen — die fünfte Einheit als Vortrag („Stress verstehen und Essen im Alltag verdaulich organisieren") verschaffte Zeit zum Durchatmen.

Essen mit Ironman

Ein Urlaub ohne Schlemmen? Das befürchtete vielleicht zuerst der ein oder andere Teilnehmende des Programms „Einfach richtig essen" aus dem Bereich Ernährung, angeleitet von dem Ironman Hawaii Finisher Prof. Dr. Georg Abel. Doch der Ernährungswissenschaftler konnte schnell beruhigen: An zwei Tagen stellte Abel den Teilnehmenden ein gesundes Frühstück zusammen. Für den Wissenschaftler war es wichtig, das individuelle Ernäh-

Für die Eröffnung versammelte sich das ganze Team

rungsverhalten jedes Teilnehmenden zu erfassen und zu analysieren, um dann bei der richtigen persönlichen Ernährungsform zu unterstützen und aufzuklären. Daher wurde im Verlauf des sechsteiligen Programmangebots bspw. die Körperzusammensetzung mittels Bioelektrischer Impedanzanalyse (BIA) und/oder Kalipermethode ermittelt oder per Vortrag der richtige Umgang mit Diäten und ernährungsunterstützenden Apps erläutert. Besonders Abels Vorträge (z. B. „Ernährungsmythen aufgeklärt") fanden grossen Anklang unter den Camp-Teilnehmenden.

Expertise von früh bis spät

Die Experten aus den Bereichen Laufen/Cardio, Kraft/Athletik und Ernährung boten zusätzliche Einzelangebote in Form von Open Classes und Frühsporteinheiten an. Wem also der Tag auf Kos nicht früh genug begann, der konnte sich so schon um halb acht an der Rezeption mit den Experten treffen und gesund und fit in den Tag starten. Auch die Möglichkeit, das gesamte Team abends an der Hauptbar, ausserhalb des Eventprogramms, anzutreffen und im lockeren Gespräch Fragen und Anregungen nachzugehen, wurde mit Begeisterung wahrgenommen.

Powern in der Gruppe

Die Coaches im Bereich Groupfitness warteten mit einem nicht minder umfangreichen Wochenplan bestehend, aus einer Vielzahl an kreativen Masterclasses, auf die Teilnehmenden. Dance, Workout, Body & Mind, Cycling, Aqua, Rückentraining und Vorträge fügten sich zu einem spektakulären Programm zusammen. Das lag selbstverständlich zu grossen Teilen an den überragenden Anleiterinnen und Anleiter der SAFS. Wer bspw. eine Workout- oder Body & Mind-Masterclass von Jana Spring besuchte, wurde umgehend von ihrer unbändigen Energie und Motivation mitgerissen. Und ihre Kolleginnen und Kollegen standen ihr da in absolut nichts nach. Aerobic-Profi Jürg Neukom, Tanz-Spezialistin Lisa Stefani, Karate-Europameister Marcel Baumann, Selfempowerment-Coach Nicole Haut, Cycling-Experte Patrick Klein und das hauseigene WellFit®-Team boten den Teilnehmer von morgens bis abends mit abwechslungsreichen, einsteigerfreundlichen, aber auch herausfordernden Programm-Highlights wie „Power Yoga", „Aqua Fit", „Feel the beat" oder „Mobile Hüfte".

Wiederholung 2020

Nachdem die Premiere des BSA/DHfPG FITNESS & HEALTH CAMP 2019 eine solch positive Resonanz erzeugte, wird das CAMP am 23. bis 30. Mai 2020 in die zweite Runde gehen. Hochkarätige Experten aus den Bereichen Gesundheit, Prävention, Fitness und Ernährung bieten auch in der nächsten Eventwoche ein unvergessliches Erlebnis unter dem Motto: „Zeit für Körper und Geist. Zeit für Gefühle. Zeit für DICH".
www.bsa-akademie.de/kos

Immer mit einem Lächeln auf dem Gesicht: Jürg Neukom

Das BSA/DHfPG FITNESS & HEALTH CAMP findet wieder 2020 statt

Trainieren vor einer Traumkulisse

Einzelstudios brauchen Macher

Der Fitnessmarkt besteht aus verschiedenen Segmenten mit einer Vielfalt von Möglichkeiten. Die einen konzentrieren sich auf die " Kostenführerschaft " wie zum Beispiel Discountcenter, andere auf die „ Differenzierungsstrategie" wie Rehabilitation oder Boutique-Center. Eines verbindet jedoch alle guten Konzepte; eine einheitliche gradlinige Strategie, welche sich von den Konkurrenten abgrenzt. Sie werden jetzt sagen: Die grossen Ketten haben in diesem Markt die besseren Karten! Die Grösse oder Anzahl der Clubs hat mit der Qualität und dem Erfolg überhaupt nichts zu tun. Im Gegenteil als Einzelstudio ist man in der Lage viel schneller und flexibler auf Markteinflüsse zu reagieren und hat es leichter, eine persönliche Note in der Dienstleistung anzubieten. Im Weiteren sollte man die Situation nutzen, sich neue Gedanken über den eigenen Klub zu machen, kritisch sein Konzept zu analysieren und zu handeln.

Die Beilage Zukunft der Einzelstudios (FITNESS TRIBUNE Nr. 179 Sonderdruck) hat sehr genau die verschiedene Strategien, Produkte-Mix, Markt- und Konkurrenzentwicklung der Zukunft beschrieben — hier einige Inhalte:

- Mega-Trend Gesundheitsmarkt
- Trennung von Vermietung und Dienstleistung — A. Bredenkamp
- Skalierbare Geschäftssysteme entwickeln — A. Bredenkamp
- Trennung von Beratung und Ausbildung — A. Bredenkamp
- Die Menschen erkennen den Unterschied zwischen Discount & Premium nicht mehr (R. Kalt, Migros Zürich)
- Die zwei Hauptstrategien nach Porter — Kostenführerschaft oder Differenzierung
- Die Zukunft der Branche — R. Gestach

Alle diese Beiträge sind sehr interessante und empfehlenswerte Anregungen für alle Clubmanager, Entscheidungsträger und Inhaber von Fitnessclubs.

Ich möchte das Thema aus der Sicht des Coachs und Beraters von Fitness- und Freizeitanlagen aufrollen und Ihnen Tipps aus der Praxis weitergeben, bezüglich der wichtigsten Vorteile der Einzelstudios. Die vielen wertvollen Anregungen aus der FT-Beilage sind nur umsetzbar, wenn lokal engagierte MACHER die wertvollen Ideen in Angriff nehmen und konsequent umsetzen.

Sind Sie ein MACHER? Hier die wichtigsten Eigenschaften:

- Leidenschaft
- Kreativität
- Beharrlichkeit & Ausdauer
- Offen für innovative Technologien
- Risikobereitschaft
- Detailorientiert
- Lokale soziale Vernetzung
- Lebenslange Weiterbildung
- Gute Selbsteinschätzung
- Zusammenarbeit im Team
- Keine „Aufschieberitis"

Überprüfen Sie sich mit dieser Auflistung kritisch und arbeiten Sie an Ihren Mängeln. Der Erfolg beginnt bei Ihnen persönlich.

Die Vorteile der Einzelstudios:

- **Intimer persönlicher Rahmen** — in den meisten Fällen arbeitet der Inhaber direkt an der Front und hat eine sehr grosse Kundennähe — man kennt sich persönlich.
- **Grosse Flexibilität** — bei einem Einzelstudio gibt es keine langen Entscheidungswege und Innovationen können just in time entschieden und sehr viel schneller umgesetzt werden.
- **Der Inhaber an der Front** — ein Clubmanager, der Inhaber ist, arbeitet engagierter mit mehr Einsatz im Club und identifiziert sich total mit „seinem Club".
- **Lokale Vernetzung** — lokales Networking ist für einen Inhaber, welcher meistens seit Jahren in der Gemeinde wohnt und gut vernetzt ist, einfacher als für einen angestellten Clubmanager.

Die wichtigsten Punkte:

- Ziehen Sie eine gradlinige Strategie durch, welche Sie von der Konkurrenz abhebt.
- Bieten Sie absolute Top Qualität und Dienstleistung.
- Vernetzen Sie sich lokal optimal.
- Pflegen Sie eine persönliche Atmosphäre und überraschen Sie Ihre Kunden regelmässig.
- Beobachten Sie den lokalen Markt.
- Pflegen Sie Ihren Stil — Originalität ist wichtiger als Grösse.
- Konzentrieren Sie sich total auf Ihren Betrieb.
- Geben Sie den Kunden ein persönliches Versprechen ab.
- Reagieren Sie schnell und flexibel auf lokale Ereignisse und Entwicklungen.

Die Schlussfolgerung:
Das richtige Konzept, zur richtigen Zeit, am richtigen Ort, mit dem richtigen Personal hat immer Erfolg!

Ich hoffe, ich konnte Ihnen einige Anregungen geben, welche Sie in der Praxis und bei sich direkt umsetzen können. Ich wünsche Ihnen und Ihrem Team eine erfolgreiche Zukunft.

Beste Grüsse Ihr Edy Paul

Edy Paul

coacht und berät Einzelpersonen und Clubs über Skype oder vor Ort (Strategie, Management, Neugründungen, Analysen, Schulungen, Konzepte, Raumplanung). Fitnessclubanalysen sowie Verkauf & Nachfolgeregelung gehören ebenfalls zu seinen Leistungen. Kontakt:
+41 79 601 42 66,
edy.paul@paul-partnerag.com,
www.edypaul.ch

QualiCert
CERTIFIED QUALITY

QualiCert ist das führende Schweizer Prüfinstitut für gesundheitsfördernde Bewegung und Training.

Normen und Anforderungen

QualiCert überprüft aktuell die Konformität folgender anerkannter Normen und Anforderungskataloge:

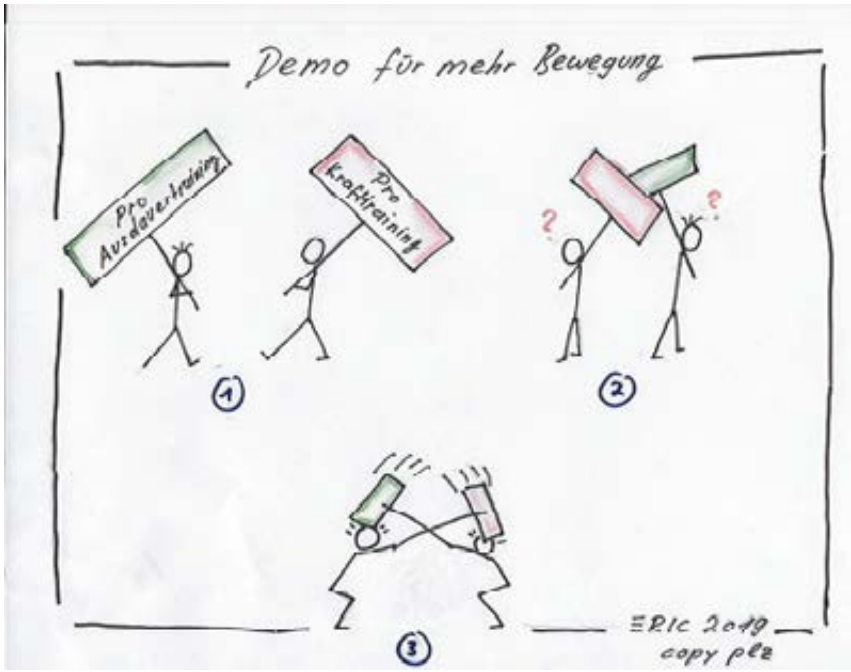
- DIN 33961:2013 (offizielle Deutsche Norm für Fitness-Studios)
- Qualitop-Anforderungen für Fitness- + Trainingscenter inkl. Personalqualifikationen
- Qualitop-Anforderungen für Anbieter gesundheitsfördernder Kurse inkl. Leiterqualifikationen
- Sicherheitsnorm FitSafe für höchste Sicherheit beim Training
- Vibrationstraining
- EMS[Safe] für Sicherheit beim EMS-Training

- *über 20 Jahre Erfahrung*
- *über 25 000 Überprüfungen vor Ort*
- *über 20 Jahre führender Know-how-Träger in Zertifizierung und Normung*

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

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

Anders ist schlimm!



Viele Menschen leiden unter dem folgenden Credo: Andere Hautfarbe; Schlimm! Andere Sexualität; Schlimm! Andere politische Ansicht; Schlimm! Andere Religion; Schlimm!

Auch im Fitnessbereich ist diese mentale Blockade sehr verbreitet. Andere Ernährung: Schlimm! Andere Trainingsmethode: Schlimm oder bestenfalls dumm! Die giftigen Diskussionen über Einsatz- versus Mehrsatztraining oder Geräte- versus Hanteltraining lassen grüssen.

Thematik Ausdauertraining: Ist das hochintensive Training (HIT) oder das gemütliche Grundlagentraining besser? Die Antwort darauf ist bei vielen überraschend eindimensional und aggressiv bis beleidigend für jene, die jeweils das andere bzw. falsch trainieren. Auch hier schwingt der Geist „anders ist schlimm" mit.

Bringt Krafttraining mehr als Ausdauertraining? Diese Frage mit Ja oder Nein zu beantworten, wäre in jedem Fall falsch, denn das Krafttraining wie auch das Ausdauertraining produzieren sehr positive, aber eben auch verschiedene Auslenkungen im Körper und bei der Psyche. Diejenigen, die beides machen, erhalten somit das volle Programm an gesundheitlichen und ästhetischen Vorteilen. Es wird aber immer Leute geben, die lieber Kraft- als Ausdauertrainings (oder umgekehrt) betreiben. Dieser Fakt ist komischerweise für manche ein Grund sich zu empören. Das muss nicht sein, denn es ist auch Fakt, dass Menschen verschieden sind und deswegen unterschiedliche Trainingsprogramme immer geeigneter sind als ein Instant-Programm für alle. Das Training muss für den Menschen passen und nicht der Mensch für das Training. Vielfalt war schon immer besser als Einfalt.

Das gilt auch in der Personalführung. Je mehr sich die Mitarbeiter im Gym ähneln, desto krisenanfälliger wird es. Eine intellektuelle Mono-Kultur ist gefährlich, denn wenn man sich immer schnell einig ist, dann wird kaum intensiv gedacht. Natürlich ist Konsens in einer Firma wichtig, doch davor sollte es einen intensiven Dissens geben, der die Sachlage aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet. In einer solchen Diskussion wird die andere Sichtweise dann nicht als schlimm, sondern als Bereicherung empfunden.

Nur schwache Führung will einen Kreis von angepassten Ja-Sagern um sich haben. Starke Führung will starke und eigenständige Mitarbeiter. Andersartigkeit ist für solche Chefs weder Bedrohung noch ein Grund zum Leiden, sondern eine Chance für eine bessere Erkenntnis.

Beachten Sie: Die Personalauswahl ist eine der wichtigsten Entscheidung in der Firma. Hier werden ganz grosse Weichen gestellt. Meine Erfahrung ist: Vielfach wird von den Trainern bloss Gelehrsamkeit und Konformität verlangt. Das ist traurig.

Sehen Sie sich das Vexierbild an. Was sehen Sie? Eine alte Frau oder eine junge? Bei einem Vexierbild können wir in der Betrachtungsweise springen. Man kann die alte oder die junge Frau sehen (und nie beide gleichzeitig). Und es ist genau die Fähigkeit, auf die es heute ankommt. Die Fähigkeit, die Perspektive zu wechseln. Das fordert auch Andreas Bredenkamp für die Einzelstudios. Fähig sein, andere Argumente oder Blickwinkel zu sehen und ernsthaft zu prüfen. Nicht jedes Andersdenkende gleich als Realitätsferne schlecht zu reden. Bei dem Vexierbild kann man das wunder-

Eric-Pi Zürcher

War früher über Jahre als Personal Trainer tätig und arbeitet nun beim FC Thun als Konditionstrainer.
E-mail: eric-pi@bluewin.ch

bar beobachten. Wer sagt: Bei diesem Bild sehe ich eine alte Frau, der sagt die Wahrheit. Wer aber sagt: Ich sehe hier nur eine junge Frau, der lügt keinesfalls. Beide Betrachter haben Recht und nicht eine Realität ist richtiger als die andere. Wenn nun beide Betrachter Alpha-Tiere sind, braucht man kein Psychologie-Diplom, um zu erkennen, dass ein zwischenmenschliches Tschernobyl jetzt sehr wahrscheinlich wird. Viele Menschen glauben, dass es nur eine Wahrheit gibt. Nämlich die eigene. Und wenn es nur eine Wahrheit gibt, dann muss der andere automatisch falsch liegen. Der Arme, er hat nicht den Durchblick (wie ich) oder er wurde von anderen gedanklich verführt. Er trainiert oder denkt falsch.

Beachten Sie: Wer einer Ideologie verfallen ist, der kann nicht (mehr) die Perspektive wechseln. Leider können sich solche Menschen aus der ganzen Welt in Internet-Foren gedanklich befeuern und weiter radikalisieren. Es ist ein trauriger Gedanke, dass die meisten Menschen nur noch das Lesen oder sich mit dem beschäftigen, was die vorgefasste Meinung nur weiter zementiert. Überzeugungen sind aber auch immer Gefängnisse. (Nietzsche)

Unser Körper und die globalisierte Welt sind beide so komplex, dass niemand — wirklich niemand — die ganze Wahrheit kennt. Es gibt nur Menschen, die das behaupten. Täglich erscheinen auf der Welt ca. 12'000 neue Bücher in verschiedenen Wissensbereichen. Wir wissen also jeden Tag prozentual weniger, weil das Wissen in den letzten Jahren explodiert ist. Keiner hat hier noch den Überblick. Eine andere Wahrheit ist also keine Bedrohung, sondern eine Bereicherung. Wer die reine Wahrheit will, der wird immer belogen werden. Die totale Wahrheit — sie wäre eine ganz grosse Lüge. Es gibt nicht eine Wahrheit, sondern verschiedene. Sie kennen das: Zwei Ärzte, drei verschiedene Meinungen. Zwei Fitnesstrainer und kein identisches Training für dasselbe Mitglied. Gut so.

Anzeige

Kompetenzzentrum
info@rks-gmbh.com
+41 44 869 05 05

RKS GmbH

ojmar®
DATATRUST BACKUP
PORTALUM einfach besuchen
sysTeam
INPUTECH
BESTWIPES
CONCEPTM
GOTSCHLICH a turn to security

Die Zukunft der Einzelstudios Letzter Teil

„Werden Sie in Ihrem Einflussbereich der bekannteste Influencer. Lenken Sie durch spannende Inszenierungen die Aufmerksamkeit auf sich und Ihre Inhalte und verschaffen Sie Ihren Inhalten so für wirtschaftliches Wachstum die notwendige Reichweite." So lautete im letzten Beitrag dieser Artikelreihe meine Empfehlung an die Einzelstudios.

Influencer sind Menschen, „die aufgrund ihrer starken Präsenz und ihres hohen Ansehens" (Wikipedia) in der Lage sind, noch viel mehr Menschen mit ihren Ideen und Wertevorstellungen zu „infizieren". Seinen Virus überträgt der Influencer in Form des *Viralen Marketings.* Laut Wikipedia handelt es sich dabei um eine „Marketingform, die soziale Netzwerke und Medien nutzt, um mit einer meist ungewöhnlichen oder hintergründigen Nachricht auf eine Marke, ein Produkt oder eine Kampagne aufmerksam zu machen. [. . .] Der Term *viral* besagt, dass Informationen über ein Produkt oder eine Dienstleistung innerhalb kürzester Zeit, ähnlich einem biologischen Virus, von Mensch zu Mensch weitergetragen werden." Der Influencer will also eine Epidemie auslösen. Dafür muss er unbedingt bereit sein, zu polarisieren. Er erlaubt sich zum Beispiel die Frechheit zu behaupten, „gesunde Ernährung" werde allgemein überbewertet. Schon ist er im Gespräch. Schafft er jetzt auch noch das kleine Kunststück zu belegen, dass seine These nicht völlig aus der Luft gegriffen ist, sucht sich der Virus seinen Weg. So einfach funktioniert virales Marketing.

Seinen Virus verbreitet der Influencer — auch wenn oft empfohlen — besser nicht in den Medien, denn dort könnte eine derart pauschalisierte These auch ganz schnell aus dem Ruder laufen. Einen „optimalen Nährboden für seinen Virus schafft er durch Einbinden seiner Zielgruppe." (Wikipedia) Deshalb ist es wesentlich geschickter, den Virus unter den eigenen Mitgliedern zu verbreiten, am besten in Form eines hervorragend inszenierten, *viralen Vortrags.* Nur so hat der Influencer die Möglichkeit, „durch die Integration des Konsumenten ..., eine extrem hohe Identifikation ... herzustellen, um den viralen Marketingprozess positiv zu unterstützen. Gelingt es ihm dabei, die Meinungsführer seiner Zielgruppe in diesem Marketingprozess zu aktivieren, kann er damit Absatzsteigerungen zwischen 10 und 30 Prozent herbeiführen" (aus: Wikipedia).

Die Aktivierung der Meinungsführer ist innerhalb des viralen Marketings die Königsdisziplin, denn erst mit ihnen wird der Virus hochinfektiös. Schon Anfang des 20. Jahrhunderts erkannte Vilfredo Pareto, „dass eine kleine Anzahl von hohen Werten einer Wertemenge mehr zu deren Gesamtwert beiträgt als die hohe Anzahl der kleinen Werte dieser Menge" (aus: Wikipedia). Das heisst im Fall der Infizierung, dass ein Politiker, Arzt oder Konzernchef den Virus um ein Vielfaches schneller verbreitet als 100 andere infizierte Kunden. Allerdings haben gerade die Meinungsführer in der Regel ein hervorragend funktionierendes Immunsystem. Mit irgendeiner fadenscheinigen Behauptung beschäftigen die sich nicht lange. Im Gegenteil: Beim nächsten Vortrag sind sie nicht mehr dabei. Niemand lässt sich gern für dumm verkaufen. Deshalb muss nach einer provokanten These eine nachvollziehbare Begründung folgen, sonst sind sie raus. Die Begründung muss dabei unwiderlegbar sein und vollkommen verblüffend:

„Legen Sie sich doch mal drei Monate bei optimaler Ernährung ins Krankenhaus oder gehen Sie wahlweise drei Monate mit 10 Kilo Zusatzgepäck auf den Jakobsweg, und essen Sie auf Ihrer Pilgerreise, was Ihnen schmeckt. Von

Andreas Bredenkamp

Jahrgang 1959

Studierte Germanistik und Sport, Autor des Buches "Erfolgreich trainieren" und des "Fitnessführerscheins"

Andreas Bredenkamp

Für die jahrelange Unterstützung bedanke ich mich mit dieser Drittelseite neben meiner Artikelreihe bei Mario und Christin Görlach, Marc Wisner, Alexander Strahl und dem gesamten Vertriebsteam von EGYM und FLEXX für ihre jahrelange Unterstützung meiner Arbeit. Das Team möchte den Fitnesscentern nicht einen Kostenblock in den Club stellen, sondern Lösungen, mit denen sich die Einzelstudios am Markt behaupten können. Wo ich Teil der Lösung sein kann, empfehlen sie mich und beziehen mich so in ihre Lösungsvorschläge mit ein.

www.fle-xx.com/termine

eGYM fle-xx das Rückgrat-Konzept

wo kommen Sie gesünder, vitaler und mit einer grösseren Lebensenergie zurück? Aus dem Krankenhaus oder vom Jakobsweg?"

Die Begründung ist so einleuchtend, dass sich jeder sofort fragt, warum er sich das nicht schon selbst gefragt hat? Sollte an der zuerst haarsträubenden These, gesunde Ernährung werde überbewertet, tatsächlich etwas dran sein?

Nun ist der Virus hochgradig virulent, denn das Beispiel war bewusst keine wissenschaftliche Begründung, sondern plausibel und einfach formuliert, sodass dieser Virus von den neuerlich Infizierten in Windeseile weitergetragen werden kann. Sind Meinungsträger infiziert, kann sich vor diesem Virus niemand mehr schützen.

Ein *viraler Vortrag* ist in der Lage, die Aufmerksamkeit auf so ziemlich jedes Produkt und jede Dienstleistung zu lenken. Bei Produkten mit geringer Nachfrage geht es allerdings gar nicht ohne. Muskeltraining ist ein solches Produkt. In 60 Jahren haben wir es offensichtlich nicht geschafft, mehr als ca. 10 Prozent der Menschen von der Wichtigkeit starker Muskeln zu überzeugen. Deshalb sollten wir schnellstens beginnen, zur Aktivierung der verbleibenden 90 Prozent den Absatz aktiv zu unterstützen. Nichts eignet sich dafür besser als ein *viraler Vortrag*.

Nur wie sollen wir die 90 Prozent der Menschen überzeugen, wenn selbst die 10 Prozent, die bei uns trainieren, sich lieber 100 Vorträge über Ernährung anhören, bevor man sie für einen einzigen Vortrag über Training gewinnt? Aber ist es deshalb sinnvoll, dass neun von 10 Vorträgen im Fitnessclub Vorträge über Ernährung sind? Mir geht es dabei nicht um die Frage, was von beidem wichtiger ist. Training und Ernährung wirken als *Komponenten* — und wie bei einem Zwei-Komponenten-Kleber klebt der Kleber nur, wenn beide Komponenten aufeinandertreffen. Deshalb geht es nicht darum, ob der linke Stiefel wichtiger ist als der rechte, sondern darum, dass das Einzelstudio nicht in Gemüse investiert hat, sondern in Geräte für den Muskelaufbau. Darin liegt sein Alleinstellungsmerkmal. Und deshalb ist nicht die Ernährung, sondern das Muskeltraining das Produkt des Einzelstudios, dessen Konsum aktiv unterstützt werden muss.

Dem Fitnessclub hilft es nicht, wenn die Menschen über die eine Komponente alles wissen und über die andere absolut gar nichts. Schlimmer noch: Über Muskelaufbau wissen 90 Prozent der Menschen nicht nur nichts, sondern sie wissen noch nicht einmal, dass sie darüber nichts wissen. Das Resultat daraus ist, dass die Menschen über den Aufbau von Muskeln auch *nichts wissen wollen*. Denn für ein Wissen, von dem sie nicht wissen, dass sie es nicht wissen, können sie sich auch nicht interessieren. Ein Zitat von Henry Ford bringt das auf den Punkt:

„Würde ich meine Kunden nach ihren Wünschen fragen, hätten wir heute schnellere Pferde."

Wer Autos nicht kennt, wünscht sich schnelle Pferde. Wer den Nutzen kräftiger Muskeln nicht kennt, sieht die Lösung seiner Probleme in „gesundem Essen". Um die 90 Prozent des Marktes gewinnen zu können, müssen wir also zuerst einmal in der Lage sein, zumindest die 10 Prozent, die wir als Kunden gewonnen haben, restlos davon zu überzeugen, dass es für sie nichts Wichtigeres gibt als *starke Muskeln*. Zumindest die 10 Prozent der Menschen, die bei uns trainieren, sollten draussen am Markt nicht über die Schädlichkeit von Zucker reden, sondern über die Wichtigkeit starker Muskeln. Deshalb sagte Mario Görlach schon in den 90er-Jahren und sagt es seitdem auch immer wieder:

„Andreas Bredenkamps Vorträge biete ich an, bis sie auch der Letzte gehört hat."

Obwohl er bereits vor fast 20 Jahren seinen Fitnessclub verkauft hat, hat der heutige Inhaber erst kürzlich festgestellt, dass heute noch 700 Kunden bei ihm trainieren, die damals Mario Görlachs Vorträge gehört haben. Deshalb verfolgt Mario noch ein weiteres Ziel. Er möchte die Möglichkeit schaffen, jedes Einzelstudio zu qualifizieren, *virale* Vorträge selbst zu halten. Denn nur so werden die Einzelstudios die 90 Prozent der Menschen erreichen, die von Muskelaufbau *nichts wissen wollen*. Was die Branche dafür benötigt, sind noch viel mehr *Influencer*. Um den Wert starker Muskeln herum muss eine Community entstehen, aus der heraus auch die 90 Prozent der Nicht-Interessierten gewonnen werden, indem die 10 Prozent der Trainierenden nicht nur selbst Mitglied im Einzelstudio sind, sondern ihre Wertevorstellungen über die Wichtigkeit starker Muskeln teilen. Denn es heisst nicht umsonst: Ist ein Produkt wirklich gut, sind seine Käufer die besten Verkäufer.

Um sein Ziel zu erreichen, hat Mario Görlach den eGym-Campus gegründet. Über ihn lesen Sie bitte den entsprechenden Artikel in dieser Zeitschrift.

Der eGym Campus

In der Woche vor Ostern war ich mit 13 Fitness-Unternehmern aus Deutschland, Österreich und der Schweiz in Riva del Garda. Ich plante dort einen Probelauf für meine neue Aufgabe innerhalb des eGym Campus, der im Herbst 2019 seinen Roll-Out haben soll. Die Idee des eGym Campus stammt von Mario Görlach, der die Fitnessclubs damit optimal auf die Arbeit mit dem eGym System vorbereiten möchte. Dafür ist der Campus in drei Ausbildungsbereiche unterteilt:

- Die Basic- und Advanced-Schulungen
- sowie eine zusätzliche Master-Ausbildung.

Während die Basic-Schulung direkt bei Auslieferung der Geräte erfolgt und die Mitarbeiter vor Ort befähigt, die neuen Lösungen in Betrieb zu nehmen und mit ihnen zu arbeiten, liefert die Advanced-Schulung eine Vertiefung. Beide Veranstaltungen können wahlweise als Inhouse- oder als eGym Campus-Veranstaltung gebucht werden. Dabei sind die Inhouse-Veranstaltungen interessant für die Ausbildung eines ganzen Teams, während die Campus-Schulungen an den eGym Campus-Standorten eine sehr gute Möglichkeit der Nachschulung neuer Mitarbeiter bietet.

Aufgabe der eGym Master-Ausbildung ist die Optimierung von Arbeitsprozessen über die direkte Arbeit mit dem eGym-System hinaus. Denn der Nutzen elektronischer Systeme ist nur dann in vollem Umfang gegeben, wenn die Mitarbeiter verstehen, sie optimal einzusetzen. Dafür erlernen die Trainer auf der Basis skalierbarer Prozesse, die Kunden in Form inszenierter, viraler Vorträge vom Muskeltraining mit dem eGym-System so zu begeistern, dass das eGym-System für jeden Betreiber in jedem Fall eine lohnende Investition darstellen wird. Wer sich eingehender über die eGym Master-Ausbildung informieren möchte, dem empfehle ich meine 9teilige Artikelreihe über die Zukunft der Einzelstudios, die bis zum 8. Teil auch als Sonderdruck der FITNESS TRIBUNE vorliegt. Den 9. Teil lesen Sie in diesem Heft.

Ich fragte also alle Fitnessclub-Betreiber, die in diesem Jahr mindestens vier Vorträge bei mir gebucht hatten, ob sie ein Wohnmobil hätten oder Lust, sich eines zu mieten, um mit mir an den Gardasee zu fahren. Dort würde ich ihnen vermitteln, wie sie Trainingssteuerungsvorträge in ihren Clubs zukünftig selbst halten könnten. Dass sich 13 Club-Betreiber und ein Trainer spontan entschlossen mitzufahren, war mir eine grosse Freude und ist ein Beweis dafür, dass ein grosser Bedarf an solchen Aus- und Weiterbildungen besteht. Es fuhren mit:

- Angela Asen aus dem INJOY in Hallwang und Strasswalchen, AT
- Christian Prechtl und Florian Taugwalder aus dem INJOY in Eferding und Ried, AT
- Christian Deisler aus dem Premio in Gundelfingen, DE
- Hans-Peter Wedel aus dem 2HP in Fürstenwalde, DE
- Jan Boese und Yannick Birlinger aus dem Medifit in Rüsselsheim, DE
- Jens Beier aus dem Flexx in Chemnitz, DE
- Mario Zihlmann aus dem Fitness Connection in Wolhusen, CH

Der für uns reservierte Platz auf dem Campingplatz Brione

Gardasee

Riva

Verdiente Pause

Andreas Bredenkamp

Jahrgang 1959

Studierte Germanistik und Sport, Autor des Buches "Erfolgreich trainieren" und des "Fitnessführerscheins"

- David Kuoni aus dem Fitness Connection in Sursee, CH
- Steve Schneider aus Schneiders Gesundheit in Flamatt, CH
- Ulrich Steinke und Ulrike Kaiser aus der Vitalitätsoase in Falkensee bei Berlin, DE
- Torsten Stattmüller aus Lorsch, DE, mit dem ich die eGym Campus Master-Ausbildung gemeinsam durchführen werde

Einige Teilnehmer mieteten sich auf dem Campingplatz Brione einen Bungalow, die anderen kamen mit dem Wohnmobil. Unsere Stellplätze lagen so zusammen, dass die Mitte einen schönen Grillplatz ergab. Ausserdem stellte uns der Campingplatz einen Tagungsraum mit herrlichem Blick auf das Bergpanorama zur Verfügung, sodass alles bestens organisiert war. Selbst das Wetter spielte mit und schenkte uns überwiegend strahlenden Sonnenschein.

In der Schulung beschäftigten wir uns mit einer der Regeln des Trainings und zwar dem Prinzip der Superkompensation. Ich erläuterte den Teilnehmern anhand dieses Beispiels einige der wesentlichen Prinzipien eines gut aufgebauten Vortrags, denn auch Vorträge funktionieren wie das Training unter Beachtung von Regeln. Die Testimonials zu der Veranstaltung sowie Auszüge aus dem Trainingssteuerungs-Seminar einiger Teilnehmer habe ich in Form von Kurz-Videos auf meine Facebook-Seite gestellt.

Aber nicht nur die Ausbildung, sondern auch die freie Zeit in Riva del Garda spielte eine grosse Rolle in dieser Woche vor Ostern. Viele Teilnehmer kamen in Begleitung ihrer Familie, sodass wir immer eine grosse Runde waren, zum Beispiel an dem gemütlichen Grillabend, dem abendlichen Stadtbummel, den Restaurant-Besuchen an der Uferpromenade des Gardasees und dem Ausflug nach Limone am Ostersamstag. Ich bin mir sicher, dass die Woche am Gardasee allen Teilnehmern in sehr angenehmer Erinnerung bleiben wird.

Familie Steinke aus Berlin, meine Freundin Claudia mit ihrem Sohn

Torsten Stattmüller und Familie

Die drei Mädels aus Berlin

Gemütlich Grillieren

Jens Beier, Mario Zihlmann, Steve Schneider, David Kuoni und Hans-Peter Wedel

Pause während der Schulung. Im Hintergrund der Schulungsraum

Erst im Dezember 2018 hat Fitness First den Performance-Fitness-Anbieter elbgym an seine Seite bekommen. Nun erweitert Fitness First sein Markenportfolio und wird exklusiver Lizenznehmer von Barry's Bootcamp in Deutschland und Österreich. Die Eröffnung des ersten Studios in Deutschland ist für Anfang 2020 geplant.

Barry's Bootcamp steht für ein schweisstreibendes hochintensives Intervalltraining. Das Workout wechselt zwischen Laufband und Hanteltraining und verbrennt dabei sehr viele Kalorien. Damit gehört es zu den anstrengendsten und effektivsten Workouts. Eine hochmotivierende Atmosphäre, abgedunkeltes rotes Licht und engagierte Trainer pushen die Teilnehmer einer Class zu Höchstleistungen.

Mit dem Erwerb der Lizenz von Barry's Bootcamp wurde ebenfalls die LifeFit Group gegründet. Diese vereint nun die Marken Fitness First Germany, Barry's Bootcamp und elbgym unter einem Dach. elbgym mit aktuell drei Clubs in Hamburg, ist seit Dezember 2018 eigenständiger Partner von Fitness First.

Hans Muench im Gespräch mit Martin Seibold, CEO Fitness First Deutschland

HM: Wie hat Deine Karriere begonnen?

MS: Schon während meines Sportökonomie-Studiums habe ich in den Fitnessclubs meines Onkels gearbeitet und eine Passion für die Industrie entwickelt. Mit Fitness Company startete ich damals in einem Wachstumsunternehmen (von 6 auf 100 Clubs in acht Jahren) und konnte viel lernen und mit tollen Menschen innerhalb und ausserhalb der Firma zusammenarbeiten. Aktuell habe ich meine 22. Position in 21 Jahren, es war immer spannend und abwechslungsreich.

HM: Welche Bedeutung hat die Verbindung zu IHRSA für Dich?

MS: Es ist eine enge und langjährige Verbundenheit. Als erster internationaler Praktikant habe ich 1994 in Boston tolle Freundschaften schliessen können und über die Jahre die Wichtigkeit der IHRSA Mitglieder ausserhalb der USA und Kanada deutlich machen können.

HM: Von FF (Fitness Company), Frankfurt nach Poole, UK und zurück: wie fühlt sich das an?

MS: Hervorragend! Ich bin auf viele Wegbegleiter getroffen und konnte mit ihnen in den letzten zwei Jahren wieder das aufbauen was wir vor 20 Jahren auch schon hatten — ein Team was gemeinsam alles dafür gibt, dass unsere Mitglieder motiviert bleiben und zum Training kommen.

HM: Du hast viele Geschäftsführer kommen und gehen sehen. Weshalb hast Du alle überlebt?

MS: Glück gehört sicher auch dazu, zum Beispiel in schwierigen Phasen gerade an Projekten zu arbeiten, welche die Firma nach vorne bringen. Das wird dann auch von neuen Besitzern oder neuen Vorgesetzten erkannt. Meine Kollegen und Teams attestieren mir, dass ich immer mein Bestes gebe, also vollen Einsatz und gleichzeitig andere Kollegen/Mitarbeiter damit anstecke und somit fördere. In meiner Karriere durfte ich viele Talente bis zum Direktorentitel begleiten, deutlich über 10 meiner Mitarbeiter konnten das mittlerweile erreichen. Zudem konnte ich unzählige Clubmitarbeiter auf ihrem Weg zum Manager unterstützen. Dies ist sicher mein grösster Erfolg, die interne Laufbahn sicherzustellen.

HM: Welche Ziele (Anlagen, Mitglieder, Umsatz) möchtest du in drei bis fünf Jahren erreichen?

MS: Es geht nie um die Anzahl der Anlagen, sondern nur ob sie profitabel sind und für die jeweilige Marke und das Clubnetzwerk Sinn ergeben. Da wir uns als Multibrand-Firma aufstellen und auch Franchise vorantreiben werden, ist die mögliche Bandbreite sehr gross. Das wir wieder in allen Bereichen wachsen wollen und werden

ist nach der erfolgreichen Durchschreitung der Talsohle absehbar. Es wird sicher spannend.

HM: Du bist mit Deiner Familie von Deutschland nach Grossbritannien umgezogen. Wie verbindest Du Familie und Beruf verbinden? Deine Familie lebt noch in Poole, ist ein Umzug (zurück nach Deutschland) geplant? Oder bleibst du weiterhin Wochenend-Pendler?

MS: Wir sind schon in 2006 nach Südengland gekommen und fühlen uns hier auch als deutsche Familie pudelwohl, geniessen die Freunde und das Meer, den warmen Golfstrom und wer hat schon Palmen im Garten und ist zwischen März und Oktober am Wochenende auf dem Jet Ski unterwegs. Das Pendeln klappt hervorragend. Montags geht es um 4:30 Uhr los, dann bis Donnerstag-Abend Vollgas mit vielen Besuchen bei den Teams in den Clubs und regionalen Management- und Geschäftspartnern. Am Freitag stehen dann Konferenzcalls und die Planung an.

HM: Was ist Deine Führungsphilosophie?

MS: Be the best you can be! Basierend auf 12 über die Jahre mit den Teams entwickelten Führungsinstrumenten.

Fitness First wächst wieder mit einer Multi-Marken-Strategie

Gegründet Anfang der 90er Jahre in Grossbritannien hat Fitness First ihren Höchststand mit 550 Anlagen, 3 Millionen Mitgliedern und ca. 2 Mrd. CHF Umsatz erreicht und war zum Branchenprimus aufgestiegen. Mit Anlagen auf drei Kontinenten hatte Fitness First mehrere Inhaber und Geschäftsführer gehabt. Am längsten dabei ist der Deutsche Martin Seibold, der seit 21 Jahren dabei ist, und sowohl in Deutschland als auch in England eine Führungsrolle übernommen hat.

Schon 1997 hat Fitness First ihre Fühler nach Europa ausgestreckt: nach einer IHRSA European Club Leaders Konferenz lernten Fitness First Geschäftsführer Mike Balfour und Sean Philipps die Inhaber der Fitness Company in Frankfurt, Jim McGoldrick und Marcel Franke, kennen. Vierzehn Monate später fusionierten die beiden Unternehmen. Es folgte die Expansion in Europa (BeNeLux, Frankreich, Italien und Spanien), Australien (durch die Übernahme von Healthland), Asien und Indien sowie im Mittleren Osten.

Die konsequente Verringerung des Portfolios

2009 wurden die BeNeLux-Clubs an HealthCity (jetzt BasicFit) verkauft. 2011 folgten Italien, Frankreich und Spanien (auch an HealthCity). 2011 wurde Fitness First durch eine Lizenzvereinbarung mit der Landmarkgruppe die Anlagen im Mittleren Osten los. 2012 hatte Fitness First noch 185 Anlagen in Grossbritannien. Diese wurden durch Verkäufe an DW Sports auf 70 Anlagen innerhalb von vier Jahren reduziert. Die Clubs in Australien und Asien wurden 2017 verkauft, die Clubs in Indien 2018. In Deutschland hat 2016 eine Verkleinerung der Standorte von 100 auf 75 stattgefunden.

Im April 2019 gab Fitness First bekannt, dass sie die Entwicklung einer Multimarkenstrategie fortsetzen. Mit der Übernahme von elbgym sowie die Etablierung von Barry's Bootcamp firmiert Fitness First um in der LifeFit Gruppe. Nun werden die Weichen wieder auf Wachstum gestellt.

Hans Muench

Geboren: 12.07.1958 in Toronto, Kanada
Familienstand: in einer Partnerschaft lebend, 2 Kinder (24/26 Jahre)
Nationalität: Deutsch und Kanada
Wohnsitz: Winterthur, Schweiz (seit Februar 2014)
Ausbildung: MBA Intl. Business (MIBS) Univ. of South Carolina 09-1983 bis 06-1985.
Diplomarbeit – Untersuchung des europäischen Fitnessmarktes 07-1984 bis 01-1985
Sprachen: Englisch (Muttersprache); Deutsch (fliessend); Französisch (gut)
Seit März 2016 selbständig / Gründer MSC GmbH. Beratend für Clubs, Investoren und Lieferanten. Dozent MBA-Programm der DHfPG, Public Speaker, Beiratsmitglied AFSfitness.com (Boutiqueverband Kalifornien, USA)
01-2008 bis 01-2016: IHRSA (International Health, Racquet & Sportsclub Association, Boston, USA) Director of Europe
09-2002 bis 12-2007: Nautilus Germany GmbH, D-Köln/München – Area Manager, Süddeutschland/Österreich – Key Account Co-Manager: Fitness First, Elixia, Body & Soul
05-2001 bis 08-2002: BSA/BA, D-München – Manager des neuen Stützpunktes für führende Fernstudiumanbieter für Fitness – Involviert in die Einführung des neuen dreijährigen BA-Studium
10-1999 bis 05-2001: Fit- Plus Fitness Center (Elixia), D-München – Chief Development Officer, unterstützt die Besitzer bei Beteiligung und Verkauf an Fremdinvestoren, Expansionsplanung und Integrationsarbeit der neuübernommenen Anlagen
1986-87: Initiator des Tennis-Fitness-Mental Training Camps in Südtirol
07-1985 bis 03-2017: Oase, D-Bochum, Projektmanager
E-Mail: hans@hans-muench.com
T: +41-77-975-5180

Preispolitik im Konkurrenzfeld der Discounter

Von André Tummer

Die Wettbewerbssituation der schweizerischen Fitnessbranche zeigt eine ähnliche Entwicklung wie die der Handels- und Verbrauchermärkte. Gab es anfänglich ausschliesslich inhabergeführte Einzelanlagen, nahm später die Zahl der Multifunktionsanlagen zu, welche Fitness, Racketsportarten und luxuriöse Wellnessanlagen in einem Unternehmen vereinten.

Die ersten Fitnessketten entstanden in den 80ger Jahren. Bis dahin positionierten sich Einzelanbieter und Kettenbetreiber alle im Premium- oder Mediumsegment. 2008 kamen die ersten Billiganbieter auf den schweizerischen Markt, mit reduziertem Angebot, die ganz auf das Massengeschäft «Fitness» ausgerichtet waren. Die zunehmende Differenzierung der Fitnessanbieter in verschiedene Konzeptionen geht bis zum heutigen Tag weiter.

Grossinvestoren haben schon lange den Wachstumsmarkt «Fitness- und Gesundheit» erkannt und erhoffen sich durch Expansionen und grosse Investitionen entsprechend hohe Renditen. Alle Einzelunternehmer unserer Branche müssen sich der Tatsache stellen, dass irgendwann «der Discounter um die Ecke» da sein wird. Da hilft kein Jammern und auch kein Nachplappern irgendwelcher Discounterklischees, sondern aktives Informieren und entsprechendes Handeln im eigenen Betrieb. Oft scheitert dies aber schon an simplen Begriffsdefinitionen und an einer unzureichenden Stärken- und Schwächenanalyse des eigenen Betriebs bzw. der des Konkurrenten.

Die Preiseinteilung eines Unternehmens gibt sein strategisches Verhalten vor. Folgende Tabelle gibt einen ersten Überblick über die Einteilung der in der Fitnessbranche üblichen Segmente:

Die Positionierung im Segment hat weitreichende und kaum nachträglich zu ändernde Folgen. In der folgenden Tabelle gibt es eine Übersicht über die Unterschiede ausgewählter Bereiche je nach Preisstrategie:

Aus dieser einfachen, aber sehr wichtigen Unterteilung lässt sich schliessen:

1. Sie müssen als Unternehmer wissen, in welchem Segment Sie positioniert sind und sich darüber bewusst sein, dass Ihr komplettes strategisches Verhalten zu Ihrer Positionierung passen muss!
2. Die Entwicklung der letzten Jahre belegt, dass Wachstum im Pre-

Segment	Mitgliederbeitrag	Preisstrategie
Premiumbereich	Europa: > 60 Euro/Monat Schweiz: > 1000 Franken /Jahr	Hohes Preisniveau aufgrund eines besonderen Leistungsvorteils gegenüber der Konkurrenz.
Mediumbereich	Europa: 30 bis 60 Euro/Monat Schweiz: 500 bis 1000 Franken/Jahr	Mittleres Preisniveau aufgrund eines mittleren Qualitätsniveaus der Dienstleistung.
Discountbereich	Europa: < 30 Euro/Monat Schweiz: < 500 Franken /Jahr	Dienstleistung mit einer Mindestqualität zu einem niedrigen Preis.

	Hochpreis - Strategie	Niedrigpreis - Strategie
Art der Dienstleistung	Service, konstantes Coaching, Medizinische Vernetzung	Reine Gerätebenutzung
Käufersegment	Qualitätsbewusst, Preis-Leistungsorientiert, hohe Dienstleistungsidentifikation	Preisbewusst
Marktsegment	Nischenmarkt (klein)	Massenmarkt (gross)
Kundenfluktuation	gering	hoch
Markentreue	hoch	gering
Preisführerschaft	hoch, aufgrund einzigartiger Dienstleistung	gering, weil die Dienstleistung limitiert und absolut vergleichbar ist
Preiskampf	niedrig Kunden reagieren unelastisch auf Preisänderungen	Sehr hoch Konkurrenz in diesem Segment unterbietet sich gegenseitig

mium- und im Discountbereich stattfindet. Der Mediumbereich tut sich aufgrund seiner mangelnden Abgrenzung gegen oben und unten am schwersten!

3. Der Discountbereich kann sich nur über den Preis abgrenzen. Wenn die «Mindestqualität» festgelegt ist, wird alles, was darüber hinaus angeboten wird, die Kosten anheben und damit nicht mehr zur Unternehmensstrategie passen. Das «Baukastenprinzip» der Discountanbieter versucht dies zu umgehen. Der Kunde soll nur für das zahlen, was er auch benutzt. Aufgrund dessen entsteht eine Mischkalkulation, welche aber nur im Massenmarkt funktioniert!

Der dritte Aspekt dieser Schlussfolgerungen erscheint mir besonders wichtig: Das Baukastenprinzip funktioniert nur, wenn sie viele Tausend Mitglieder in Ihrem Unternehmen haben und aufgrund dessen die Mindereinnahmen, welche durch Preisnachlässe entstehen, abfedern können. Das einzige, was noch tolerierbar wäre, ist ein Preisnachlass für Vollzeitstudenten oder AHV Bezüger. Alle anderen Abstufungen, die auf genutzte oder nicht genutzte Leistungen basieren, mindern den Umsatz eines KMU massiv.

Noch viel schlimmer ist, dass Sie damit Signale aussenden, welche dem Kunden mitteilen, dass Ihre Preise verhandelbar seien. Auch wenn sich die «Geiz ist geil»-Mentalität in der Schweiz nicht so stark durchgesetzt hat wie in unserem Nachbarland Deutschland, ist dieses Kundenverhalten durch Marketingmassnahmen entstanden, die den Preis in den Vordergrund stellen.

Finanzieller Aktionismus gehört in den Discountbereich. Wenn Sie nicht in diesem Segment positioniert sind, dann lassen Sie die Finger davon, denn Sie versuchen, den Discounter mit seinen stärksten Waffen zu schlagen. Seien Sie versichert: Das geht schief, denn ein Discountanbieter wird immer günstiger sein können als sie, da seine komplette Unternehmensstrategie darauf aufgebaut ist.

Sorgen Sie stattdessen für **Preisgarantie!** Sie als Unternehmen garantieren Ihren Kunden, dass jeder für die gleiche Leistung den gleichen Preis zahlt. Machen Sie dies transparent und das Feilschen um Gutschriften und Nachlässe wird aufhören.

Seien Sie sich Ihrer Stärken bewusst und verkaufen Sie Ihre Leistung — nicht Ihren Preis! Der Kunde beurteilt die Angemessenheit eines Preises — Leistungsverhältnisses an dem, was er in Ihrem Unternehmen **ERLEBT** — nicht nach dem, was auf dem Papier steht. Das Erlebnis wird an der Servicequalität gemessen, womit wiederum klar wird, dass Ihr Personal die Schlüsselrolle einnimmt.

Selbstverständlich ist die Preisfestlegung von vielen weiteren Faktoren abhängig, als nur von der Konkurrenz. Kaufkraft, Käuferverhalten, Zielgruppe, Kosten, etc. spielen ebenfalls eine grosse Rolle.

Tipps zur direkten Umsetzung:

1. Nehmen Sie sich eine Stunde Zeit und halten Sie schriftlich fest, in welchem Segment Sie sich befinden und welche Konsequenzen dies für Ihr unternehmerisches Verhalten hat!
2. Fordern Sie Ihre Mitarbeiter auf, fünf Stärken Ihres Unternehmens zu nennen. Am besten in einer schriftlichen Hausaufgabe.
3. Verabschieden Sie sich langfristig von jeglicher Preisaktion! Erhöhen Sie stattdessen Ihre Dienstleistung.
4. Stellen Sie sicher, dass Ihre Mitarbeiter in Beratungsgesprächen Leistung und Nutzen verkaufen. Schulen Sie Ihr Personal bzgl. Servicequalität.
5. Machen Sie Ihre Preisgarantie im Unternehmen transparent und öffentlich.

Die Bootcamp-Revolution hat nun auch die Schweiz erfasst

Clubatmosphäre im Atomix in Zürich

Der Bootcamp-Trend entstand ursprünglich durch viele kleine Studios, wobei Barry's weltweit der Vorreiter mit ca. 50 Studios ist. Viele etablierte Fitnessclubs weltweit ziehen nun nach und installieren Club-in-Club-Lösungen, um die Mitglieder zu halten und sich eine neue Zielgruppe zu erschliessen.

Das erste grosse Bootcamp-Center der Schweiz ist das **Atomix in Zürich**, ein Mix aus Cardio, hochintensivem Intervalltraining und Krafttrainingselementen in anregender Clubatmosphäre. Die hocheffektiven Ganzkörper-Workouts stimulieren das Herzkreislaufsystem, beschleunigen die Fettverbrennung und sorgen für schnelles Muskelwachstum und Gewebestraffung.

Das **Atomix** befindet sich auf Expansionskurs und eröffnet bereits in diesem Jahr zwei weitere Standorte: in Wien und Berlin. Weitere Clubs werden im nächsten Jahr in Deutschland folgen. Diese Entwicklung läuft parallel zur wachsenden Anzahl an Bootcamps weltweit.

Aufgrund des „Nachbrenneffekts", der sich aus dem Intervalltraining mit hoher Intensität ergibt, werden bis zu 1000 Kalorien pro Trainingseinheit verbrannt. Trainingsintensität und Tempo können selbst bestimmt werden, wodurch auf jedes Fitnesslevel ein perfektes Training ermöglicht wird.

Grundsätzlich gibt es zwei verschiedene Möglichkeiten, ein Bootcamp-Center zu installieren:

1. Als Club-in-Club-Lösung bereits ab ca. 80 Quadratmeter freie Fläche.
2. Als Micro-Studio ab ca. 130–150 Quadratmeter aufwärts möglich mit fünf bis zehn Laufbändern, fünf FitBenches und fünf Wattbikes.

Folgende Eckpunkte zeichnen ein erfolgreiches Bootcamp-Center aus und bilden sozusagen die „**Hardware**":

- WOODWAY 4Front/Quickset-Laufbänder werden mit dem speziell für Bootcamps & Functional Training konstruierten Quickset-Display ausgeliefert, das die Direktanwahl von Geschwindigkeit und Steigung ermöglicht. Zudem kann im „Dynamic Mode" der Motor auf Knopfdruck weggeschalten werden für intensives Schub- u. Sprinttraining sowie für viele zusätzliche Kraft- u. Koordinationsübungen am Laufband.

  Die kugelgelagerte und punktelastische Lauffläche aus gummibeschichteten T-Lamellen absorbiert die extremen Belastungen am Punkt des Aufpralls, ohne die Biomechanik des Körpers zu verändern — eine wichtige Voraussetzung für ein gesundes und verletzungsfreies Training im Bootcamp.

- Die FitBench ist die neueste Innovation im Bereich der Trainingsbänke. Sie beinhaltet alles, was für ein effektives Workout benötigt wird, sorgt für Ordnung und bietet zudem Stauraum für weiteres Equipment.

Peter Domitner

Jahrgang 1969
Ist CEO der Domitner GmbH, die auf die Konzeption und Ausstattung medizinischer Trainingstherapien und hochwertiger Fitnessanlagen spezialisiert ist. Als aktiver Radsportler nahm er an Europa- und Weltmeisterschaften teil.

Schweisstreibende HIIT-Einheit im Atomix-Bootcamp

- Das Wattbike bietet durch die Kombination eines einzigartigen Widerstandssystems, bestehend aus Magnetbremse und Luftwiderstand, die perfekte Voraussetzung für das HIIT im Bootcamp.

Folgende **Trainings-Parameter** kennzeichnen die „Software" des Bootcamp-Konzepts:

- 45-60 Minuten Protokolle mit Rotation zwischen den verschiedenen Geräten.
- Inhaltlich ist es für einen Trainer einfacher, eine Station z.B. Cardio getrennt von der anderen Station z.B. Kraft/Bänke sequenziell anzumoderieren, wobei auch parallel beide oder mehrere Stationen möglich sind.
- Laufeinheiten sind nach Intensität zu steuern, die Grundidee des gesamten Protokolls ist es, „im roten Bereich" zu trainieren, also kurze Erholungsphasen und hohe Frequenz einzuhalten.
- Je nach Trainingsprotokoll kann der Trainer aber auch sowohl „Runner" als auch „Walker" innerhalb einer Session betreuen; z.B. Runner mit mehr Tempo und wenig Steigung auf der einen und Walker mit hoher Steigung und wenig Geschwindigkeit auf der anderen Seite.

Über das reine Training hinausgehend bietet ein Bootcamp verschiedene **soziale Aspekte,** die Ihren Club enorm aufwerten können:

- Der Entertainment-Faktor ist sehr wichtig für das Bootcamp-Konzept. Man erschafft ein Community-Gefühl, das auch Ihr gesamtes Clubprofil schärft.
- Der Austausch in den Gruppen kann ideal über die Social Media-Kanäle gesteuert werden und trägt so dazu bei, das Konzept und Ihren Club insgesamt zu promoten.
- Bei Blaze z.B. spricht man von Stammeszugehörigkeit, man gehört dem „Blaze Tribe" an; und bei Saints & Stars kann man sich entweder als Heilige/r oder Star fühlen.
- Quote Frauen / Männer ca. 70 bis 75 Prozent zu 25 bis 30 Prozent Frauenüberschuss (wichtig auch für Gestaltung der Feuchträume bzw. Grösse derer in Micro-Studios).
- Angebote findet man zwischem 20 bis 40 Euro/CHF je nach Anbieter. Einmalig als pay per use, als monatliche Gebühr oder in Zehner-Paketen. Im Atomix beispielsweise kostet eine einzelne Workoutstunde 36 CHF.

Neben dem **Atomix in Zürich** wird im Herbst 2019 auch das **Phoenix in Dättwil** ein grosses Bootcamp mit WOODWAY-Laufbändern und FitBenches eröffnen. Zudem setzen bereits diverse Premium-Clubs in verschiedenen Varianten auf das Bootcamp-Konzept mit WOODWAY-Laufbändern:

Barry's Bootcamp als Vorreiter mit ca. 50 Standorten weltweit Kombination aus ▪ Laufen auf WOODWAY-Laufbändern ▪ Trainingsbänke Kampfsport	**David Lloyd's Blaze:** > 50 Club-in-Club-Standorte in England und europaweit Kombination aus ▪ Laufen auf WOODWAY-Laufbändern ▪ Trainingsbänke ▪ Kampfsport
Saints & Stars Amsterdam & Health City Bootcamp Amstelveen Kombination aus ▪ Laufen auf WOODWAY-Laufbändern ▪ Trainingsbänke ▪ Freie Gewichte	 Copyright Saints & Stars/Healt City
Studio Metamorphosis in den USA Kombination aus ▪ Laufen auf WOODWAY-Laufbändern ▪ Ergometer ▪ Pilates-Stationen	**Equinox**: Precision Running Lab in den U.S.A. & neu in London ▪ mit ausschliesslichem Fokus auf dem Laufen mit WOODWAY-Laufbändern
Urban Heroes in Hamburg Kombination aus ▪ Laufen auf WOODWAY-Laufbändern ▪ Trainingsbänke	**Classy Fitness Boutique** Studio in Frankfurt Kombination aus ▪ Laufen auf WOODWAY-Laufbändern ▪ Rudern ▪ Trainingsbänke
...und viele mehr	

"Unsere Philosophie bei Atomix ist es, sowohl die besten Instruktoren als auch die besten High-End-Trainingsgeräte zu haben, um unseren Kunden das bestmögliche Training zu bieten. Wir haben die WOODWAY-Laufbänder ausgewählt, da sie sehr gelenkschonend und vielseitig einsetzbar sind. Abgesehen von den üblichen Geschwindigkeits- und Neigungspositionen verwenden wir sie auch im „dynamischen Modus", der mehr Übungen ermöglicht, die auf den Kern abzielen. Sie sind ruhig und bieten höchsten Komfort. Sie sind ausserdem umweltfreundlich und verbrauchen nur die Hälfte des Stroms eines herkömmlichen Laufbands. Kurzhanteln sind von 2 Kilo bis 20 kg verfügbar und Trainingsmatten ermöglichen weitere Variationen. Zudem werden auch Stretch- und Widerstandsbänder eingesetzt."
Rick Fernandez, Atomix Zürich

Nikotinsucht – die grosse Lüge

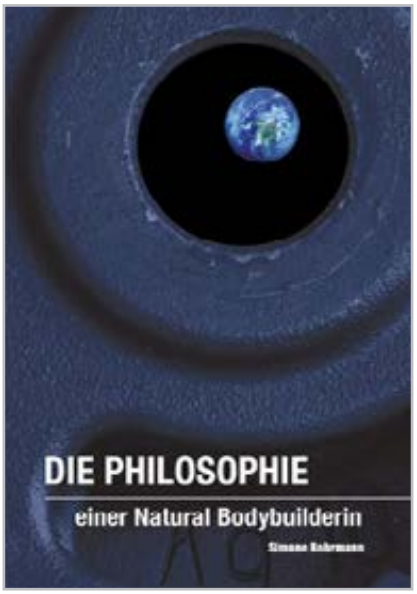
Frage: Warum werden Passivraucher eigentlich nicht süchtig? Antwort: Weil Rauchen gar nicht süchtig macht! Jeder Mensch kann von jetzt auf gleich aufhören zu rauchen, wenn er ganz genau weiss, warum er raucht. Mit dieser provokanten These zieht Autor Andreas Winter gegen einen weltweiten Irrtum zu Felde — erfolgreich, wie die Zahlen beweisen: Weit über eintausend Betroffene, die den Hintergrund ihrer Gewohnheit kennengelernt haben, konnten das Rauchen kontrollieren. Weder Rückfall noch Entzugserscheinungen treten dabei auf. Winter stellt klar: Rauchen macht zwar unter Umständen krank, aber nicht süchtig, und man kann es mühelos aufgeben. Denn ein angelerntes Verhalten sorgt für den Zwang zum Rauchen, aber keine körperliche Sucht. Dieses Buch erläutert den neuen Ansatz, mit dem die „Entwöhnungsindustrie" auf den Kopf gestellt wird. Provokant, anschaulich und mit wissenschaftlicher Gründlichkeit. Wollen Sie wissen, warum Menschen nach dem Sex und sogar nach einer Herzoperation rauchen? — Folgen Sie Schritt für Schritt einer spannenden tiefenpsychologischen Analyse, mit der jeder Raucher ganz einfach zum Nicht- oder Genussraucher werden kann.

Andreas Winter, Nikotinsucht — die grosse Lüge, Mankau Verlag, ISBN 978-3863740801

Die Philosophie einer Natural Bodybuilderin

Ein Blick hinter die Bodybuilder-Kulissen — und ein Buch gegen Vorurteile. Bevor Simone Bohrmann Bodybuilderin wurde, war sie stark übergewichtig. Mit dem eisernen Willen, das zu ändern, sich gesünder zu ernähren und ihrem Leben eine neue Wendung zu geben, tauchte sie in die Welt des Natural Bodybuildings ein und fand dort ihre Bestimmung. So wurde aus dem Pummelchen eine Wettkampf-Athletin und aus der fremdbestimmten jungen Frau eine, die ihren eigenen Weg geht. Im vorliegenden Buch schildert sie ihren Weg und erklärt Hintergründe. So möchte sie auch gegen die Vorurteile antreten, die Bodybuildern oft entgegenschlagen. "Die Philosophie einer Natural Bodybuilderin" ist ein Blick hinter die Kulissen von Körperkult und "Pumpen", erklärt die Philosophie, die hinter dem oft falsch verstandenen Sport steht, und wirbt für mehr Verständnis.

Simone Bohrmann, Die Philosophie einer Natural Bodybuilderin, Verlag Books on Demand, ISBN 978-3752890891



Das Beste vereint aus beiden Welten

High Intensity Training meets Yoga: Der neue Fitness-Trend athleticflow verbindet hochintensives Krafttraining (HIIT), um das Herz-Kreislaufsystem zu verbessern mit entspannten Yoga-Flows. Das innovative Konzept haben Cross-Fit-Spezialist Simon und Yoga-Lehrerin Nora Kersten gemeinsam entwickelt, um neue Trainingsanreize zu schaffen und schnell sichtbare Ergebnisse zu erzielen. Bei ihren Workouts folgen Anspannung und Entspannung im steten Wechsel aufeinander — für Flexibilität, Balance und Kraft. Zahlreiche Fitness-Studios haben den Trend bereits für sich entdeckt und bieten regelmässig athleticflow-Kurse an. In diesem Buch stellt das Autoren-Paar ihr Trai-

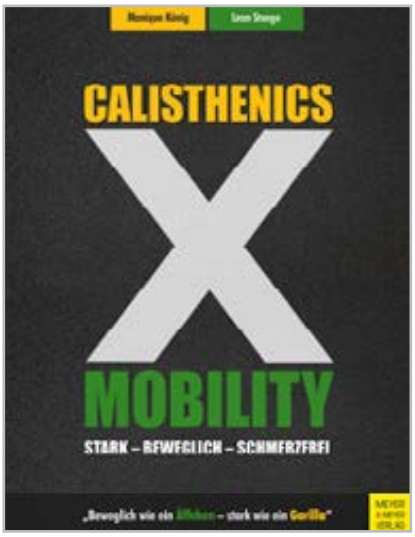
ningsprogramm genau vor. In sechs bebilderten Workouts (u.a. Powerhouse und Core flexibility, Strong Arms) wird in jeweils vier Übungen erst die Fettverbrennung auf Hochtouren gebracht und anschliessend der ganze Körper entspannt. Ob Einsteiger oder Fortgeschrittene: athleticflow ist für jedes Fitness-Level geeignet und Yoga-Vorerfahrung nicht notwendig.

Nora Kersten, Simon Kersten, athleticflow High Intensity Training meets Yoga, Südwest-Verlag, ISBN: 978-3517097992

Beweglich wie ein Äffchen – stark wie ein Gorilla werden

Bei den Begriffen Calisthenics und Mobility kommen viele von uns sicherlich erst einmal ins Grübeln. Unter Calisthenics versteht man eine Form von körpereigenem Widerstandstraining, bei dem im Allgemeinen keine zusätzlichen Geräte und Materialien benötigt werden. Im Vordergrund steht dabei die progressive Kraftsteigerung der Basics (Klimmzug, Liegestütz, Beugestütz und Kniebeuge). Dabei wird sehr häufig das Beweglichkeitstraining, auch Mobilitytraining genannt, vernachlässigt. Das ein höheres Bewegungsausmass massgeblich zur Kraftsteigerung beiträgt, wissen die wenigsten. Calisthenics X Mobility vereint die besten Calisthenics Methoden mit Mobility, dem modernen Beweglichkeitstraining. Der praxisorientierte Leitfaden geht weit über die trockene Krafttrainingsfachliteratur hinaus. Klimmzüge, Liegestütze und Dips sorgen für den Kraftaufbau, während das Mobilitytraining für die Geschmeidigkeit sorgt, ganz ohne Faszienrolle und langweilige Dehnübungen. Die im Buch enthaltenen, simplen und effektiven Trainingsprinzipien von Monique König, Deutschlands erstem weiblichen Calisthenics Coach und Leon Staege, Mobilityexperte und Gründer von MovingMonkey, verhelfen langfristig mehr

Kraft und mehr Beweglichkeit — und das schmerzfrei.
Monique König, Leon Staege, Calisthenics X Mobility, Verlag Meyer & Meyer, ISBN 978-3840376399



Powerful Mind

Authentisch statt perfekt — Workout für mehr Selbstbewusstsein und Lebensenergie. Im Bestreben nach Anerkennung von aussen verlieren viele Frauen oft den Blick auf sich selbst. Gefangen in der Vorstellung, immer hübscher, schlanker und besser sein zu müssen, schwindet das Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten und damit viel Lebensenergie. „Damit ist nun Schluss!", sagt Klara Fuchs und fordert ihre Leserinnen auf, umzudenken und ihre innere Festplatte neu zu formatieren. In „Powerful Mind" stellt die ehemalige Leistungssportlerin ihr persönliches Konzept für mehr mentale und körperliche Kraft vor. Neben Bewegung und gesunder Ernährung gehört dazu auch, sich selbst besser kennenzulernen. Sie will Frauen inspirieren, ihre eigenen Bedürfnisse zu erkennen und ihre Ziele selbstbewusst zu verfolgen. Nur wer mit sich selbst im

Reinen ist, kann sein ganzes Potenzial ausschöpfen und im Leben durchstarten, ist die Autorin überzeugt.
Klara Fuchs, Powerful Mind — Energie, Motivation, Selbstvertrauen, TRIAS Verlag, ISBN 978-3432108315

Ottmar Hitzfeld

Ottmar Hitzfeld ist ein Mann der Rekorde. Als Trainer gewann er zwei Schweizer und sieben Deutsche Meisterschaften, wurde sechsmal Pokalsieger und gewann mit zwei Teams die Champions League: erst mit Borussia Dortmund, dann mit dem FC Bayern München. Zudem ist der zweimalige Weltclubtrainer des Jahres immer noch der Bundesligacoach mit dem besten Punkteschnitt. Seit 2014 ist Ottmar Hitzfeld Fussballrentner. Der Stress und die Anspannung, die ihn gesundheitlich mitnahmen und im Jahr 2004 sogar in einen «Burn-out» mündeten, sind Ausgeglichenheit und Zufriedenheit gewichen. Mit seiner Frau Beatrix lebt er wieder in seiner geliebten

Heimatstadt Lörrach. Sein Lebensinhalt sind seine Hobbys Golf und Skifahren sowie seine inzwischen drei Enkelkinder. Im Januar 2019 feierte Hitzfeld seinen 70. Geburtstag. Und obwohl er die grosse Fussballbühne verlassen hat, ist er beliebt wie eh und je. Das Porträt geht den Gründen dafür nach. Lange forschen musste der Autor aber nicht: Hitzfelds Bodenständigkeit, seine Fairness als Sportler, seine Offenheit und Prinzipientreue machen ihn bis heute zu einem der beliebtesten Fussballpromis.
Wolfram Porr, Ottmar Hitzfeld — Fussballverrückter. Mutmacher. Menschenfänger. Kurz & bündig verlag, ISBN 978-3907126097

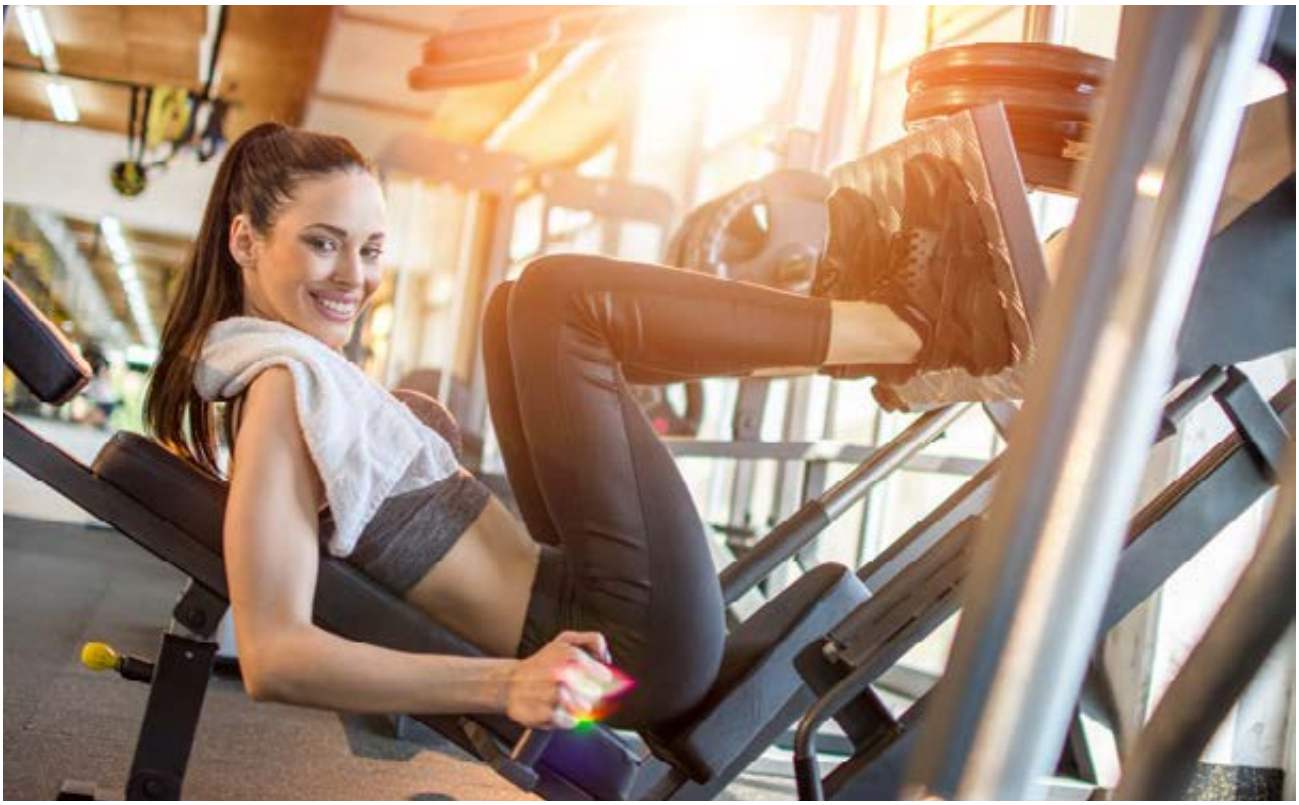
Anzeige
fitness.com
THE GLOBAL FITNESS COMMUNITY
Klick Dich rein und profitiere

120 Millionen Seitenaufrufe im Jahr!

- Übungsbibliothek mit 500 Übungen und persönlichen Workoutplänen
- Forum mit eigener Profi-Kategorie
- Studiosuche – Fitnessclubs finden oder eintragen
- Karriereplanung mit der Jobbörse
- Artikel, Branchennews, Termine
- Bannerwerbung und Vermarktung für Industrie und Studios

www.fitness.com

Erfolgreich mit Einsatztraining



Diverse Artikel und Blogs zum Thema Krafttraining haben schon das sogenannte Einsatztraining mit dem Mehrsatztraining resp. Volumentraining verglichen. Meistens sind die Autoren zum Schluss gekommen, dass mit dem Einsatztraining vergleichbare Resultate bezüglich Kraft und Muskelmasse wie beim Mehrsatztraining möglich sind. Ich möchte Sie im Rahmen dieser Kolumne nicht mit einer wissenschaftlichen Abhandlung beim Vergleich dieser beiden Trainingsarten konfrontieren, sondern gebe Ihnen gerne meine persönliche Erfahrung mit dem Einsatztraining weiter.

Begriffsdefinition: Während bei einer Mehrsatztrainingseinheit meistens drei Sätze von einer Übung absolviert werden, wird bei einem Einsatztraining konsequent nur ein Satz von einer Übung ausgeführt. Es ist zwar durchaus legitim mehrere Übungen für eine Muskelgruppe durchzuführen, was aus meiner Sicht, z.B. für den Rücken, sogar notwendig ist, aber ausgeführt wird immer nur ein Satz pro Übung.

Als ich vor ca. 20 Jahren in einem Fitnesscenter mit Krafttraining begonnen habe, wurde ich in das übliche Mehrsatztraining mit jeweils drei Sätzen pro Übung eingeführt. Nach ein paar Monaten mit einem Ganzkörperplan wurde mir dann ein Dreier-Split mit vier Trainingseinheiten pro Woche empfohlen, denn ich wollte wie der Grossteil der Fitnessenthusiasten einen athletischen Körper entwickeln. Motiviert mit dem neuen Dreier-Split trainierte ich jeweils über eine Stunde pro Trainingseinheit und das viermal die Woche. Leider endete dies schnell in Übertraining und chronischen Schulterbeschwerden. Inspiriert von einem Buch zum Thema HIT (High Intensity Training = eine Form von Einsatztraining), probierte ich Krafttraining auf eine ganz neue Art und Weise aus. Ich trainierte deutlich weniger häufig, meine Trainingseinheiten waren viel kürzer und ich konnte ein gutes Gefühl für meine Muskulatur während der Übungsausführung entwickeln. Die Schulterbeschwerden verschwanden und ich erlangte für mich bessere Resultate als vorher mit dem Mehrsatztraining. Ich möchte an dieser Stelle nicht behaupten, dass das Einsatztraining in allen Belangen dem Mehrsatztraining überlegen ist. Es kann durchaus sein, dass ein Athlet, um das volle Potenzial punkto Kraft und Muskelmasse auszuschöpfen, auf ein Mehrsatztraining zurückgreifen muss. Viele Fitnesstrainierende, die aber nur ein athletischeres Aussehen entwickeln möchten, wären jedoch mit einem Einsatztraining bestens bedient. Meistens sind es nämlich nicht die Anzahl Übungssätze, die zwischen Erfolg und Misserfolg unterscheiden, sondern andere Parameter wie Intensität, Trainingshäufigkeit, Trainingsdauer, Übungsausführung und Ernährung.

Fazit

Ein richtig ausgeführtes Einsatztraining bringt sicher mehr als ein halbherzig ausgeführtes Mehrsatztraining. Wichtig ist zu beachten, dass mit einer sauberen und langsamen Ausführung jeweils die komplette Muskelerschöpfung erreicht wird. Stimmen dann auch weitere wichtige Parameter in der Trainingsplanung und Trainingsausführung, können Sie mit nur zwei- bis dreimal 30 Minuten Training pro Woche gute Resultate erzielen.

Roger Wespi

Bietet unter dem Label EFFICIENT TRAINING Seminare für ein effizientes und gesundes Körpertraining an. Informationen unter www.efficient-training.ch

NOCCO: Neue limitierte Summer Edition

Pünktlich zum Frühlingsanfang bringt das schwedische Unternehmen No Carbs Company (NOCCO) eine neue limitierte Summer Edition in die Schweiz; NOCCO Miami mit dem sommerlichen Geschmack von frischen Erdbeeren. Die Inspiration für diesen Launch lieferte die pulsierende Metropole Miami, bei der die Atmosphäre der Stadt auf farbenfrohe Sonnenuntergänge sowie rhythmische Musik und karibische Hitze treffen.

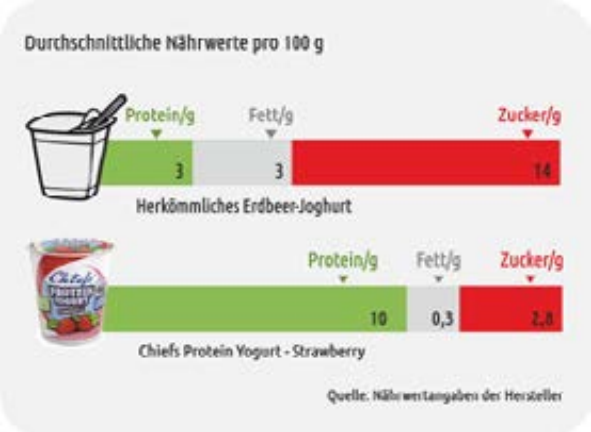
«Zum ersten Mal launchen wir weltweit eine neue limitierte Summer Edition. Die Markteinführung in mehr als 15 Ländern ist für uns eine echte Besonderheit! Dies ermöglicht uns länderübergreifend alle NOCCO Konsumenten gleichzeitig auf den Sommer 2019 einzustellen. Alle bisherigen NOCCO Limited Editions waren ausnahmslos sehr erfolgreich und wurden stets mit grosser Spannung erwartet. Wir sind sicher, dass NOCCO Miami Strawberry der erfolgreichste Launch aller Zeiten wird!», sagt Louise Nobel, Global Brand Manager von NOCCO.

Das Design der NOCCO Miami Dose ist nicht nur sehr farbenfroh, sondern überrascht mit einem zusätzlichen Special Effekt. Die Dose ist mit einem sogenannten Thermodruck versehen, welche je nach Temperatur des Getränkes die Farbe der auf- und untergehenden Miami Sonne verändert.

Chiefs: Protein statt Zucker

Ein Nature-Joghurt mit 50% weniger Zucker? Ein Fruchtjoghurt mit 80% weniger Zucker? Geht das überhaupt? Jetzt schon! Denn nach seinen bisherigen Erfolgen hat sich das dynamische Kleinunternehmen Chiefs weiteren Entwicklungen gewidmet. Diesen Frühling bringt es gleich drei neue Produkte auf den Markt. Alle in bewährter Chiefs-Manier: mit tollen Nährwerten und hervorragendem Geschmack. Damit festigt das Schweizer Start-Up seinen Ruf als Vorreiter und Innovationstreiber im Lebensmittelmarkt.

Die neuen Chiefs-Produkte Protein Yogurt, Protein Ice Cream und Protein Shots sind schon kurz nach der Einführung Verkaufsschlager. Besonders bahnbrechend ist zweifellos das Chiefs Protein Yogurt, denn es übertrifft die guten Nährwerte von Skyr, Magerquark und ähnlichen Produkten und bleibt dennoch ein echtes Joghurt mit typisch cremiger Konsistenz. Mit einem speziellen Verfahren reduziert Chiefs den natürlichen Zuckergehalt der Milch um etwa die Hälfte und gibt wertvolle Milchproteine hinzu. Natürlich — auch das typisch Chiefs — ist das Protein Yogurt laktosefrei. Alle drei Geschmackssorten Nature, Mokka und Erdbeere eignen sich demzufolge auch bestens für laktoseintolerante Konsumenten.



Natalie Sodero, Chiefs-Verkaufschefin: «Wer bisher aufgrund des erschreckenden Zuckergehalts auf Fruchtjoghurt verzichtete, darf jetzt zugreifen. Unsere Chiefs Protein Yogurts sind ein echter Gamechanger». Herkömmliche Fruchtjoghurts sind wahre Zuckerbomben.

Anzeige

Rock the Billy – Dance like a Legend

Rock the Billy das neue Tanz-Fitness-Konzept für Jung und Alt

Rock the Billy lässt die alte und neue Musik in einem einmaligen Tanzfitness-konzept wieder aufleben. Rock'n'Roll, Boogie Woogie und Swing erhalten Ihr Revival ab sofort in allen Fitness- und Tanzstudios. Rock the Billy ist aber nicht altbacken, sondern kann auch mit sehr modernen Tönen aus Electro Swing oder Electro Boogie bei der Jugend punkten. Rock the Billy ist seit knapp einem Jahr am Markt und kann sich bereits über einen beachtlichen Trainerzuspruch in sechs Ländern freuen. Mittlerweile gibt es 400 Instruktoren, welche den Teilnehmern wieder Gusta auf Tanz in Kombination mit Fitness machen.

Rock the Billy hebt sich nicht nur mit der Musik von den anderen Konzepten ab, sondern auch klar vom Ablauf einer normalen Groupfitness-Lektion. In einer Stunde tanzt man nicht 12 bis 14 Choreografien durch, sondern erlernt mittels eines «Special Warm-up» und einer Choreografie genau den Style kennen. Ins Schwitzen kommt man dennoch, da man neben ständigem Tanzen auch einen Cardio/Kräftigungs-part mit dabei hat.

www.rockthebilly.com

Anzeige

PERFECT unter Ticos Systems

Wie Kunden, Lieferanten und Partnern bereits mitgeteilt wurde, ist der Inhaber der Ticos Systems Group, Michael Schuler, seit März 2019 auch operativer Geschäftsführer der Unternehmensgruppe. Seither konnte die Umstrukturierung des Unternehmens zielgerichtet vorangetrieben und erste Erfolge erzielt werden. Diverse Prozesse nahezu aller operativen Bereiche werden und wurden verbessert, um Effizienz und Effektivität zu steigern. All das mit dem grossen Ziel des Geschäftsjahres 2019, die Zufriedenheit unserer Kunden wiederherzustellen.
Diese Unzufriedenheit resultiert unter anderem aus dem Konkurs der Interbrain AG und sachgerechte Lösungen für Probleme aus dieser Zeit wurden schlichtweg verschleppt. Engpässe in den Bereichen Service & Support, sowie der Entwicklung waren die Folge. Die Problemherde wurden inzwischen identifiziert und Ticos Systems ist absolut davon überzeugt, in den nächsten Monaten weitere Fortschritte zu verzeichnen.

Massnahmen, von denen Ticos Systems sich viel verspricht:

- Zusammenlegung der Bereiche Service & Support von T4000 und PERFECT
- Optimierung der Lagerführung, Logistik und RMA/Reparaturen
- Ausbau der Softwareentwicklung und Eröffnung eines weiteren Entwickler-Standorts
- Verbesserung der Kommunikation und Kundenmitwirkung

Über die Umsetzung dieser Massnahmen, sowie einen Einblick in die konkrete Vision für 2019 erscheint ein Interview mit Michael Schuler in der nächsten Ausgabe der FITNESS TRIBUNE.

Europas Fitnessmarkt im Fokus – Deutschland die klare Nr. 1

Europaweit stieg die Zahl der Fitnessstudio-Mitgliedschaften um 3,5 Prozent auf 62,2 Millionen und die Anzahl der Studios um 4,6 Prozent auf 61'984. 7,8 Prozent der europäischen Bevölkerung sind Mitglied in einem Fitnessstudio und die Marktdurchdringung betrug 2018 damit 9,4 Prozent. Die Gesamteinnahmen belaufen sich auf 27,2 Mrd. Euro (+3,4 %) und viele weitere Kennzahlen verdeutlichen ebenfalls ein starkes Wachstum.
Der deutsche Fitnessmarkt ist in bestechender Form und in puncto Mitgliederanzahl als auch Umsatz die klare Nummer 1 in Europa. Deutschland verteidigt den Spitzenplatz mit 11,1 Millionen Mitgliedern (+4,5 %) vor Grossbritannien (9,9 Mio.), Frankreich (6,0 Mio.), Italien (5,5 Mio.) und Spanien (5,3 Mio.) und hat auch beim Umsatz mit 5,33 Millionen Euro die Nase vorn.

Anzeige

ticos systems
Alles unter Kontrolle

B-SMART-LOCK CORONA

WIR KÖNNEN AUCH

BURG®

Ticos Systems AG
Rheinweg 6
CH-8200 Schaffhausen
+41 (0) 44 204 58 60
+41 (0) 44 204 58 61
info@ticos-systems.ch

Ticos Systems Deutschland GmbH
Untere Giesswiesen 15
D-78247 Hilzingen
+49 (0) 77 31 909 15 80
+49 (0) 77 31 909 15 81
info@ticos-systems.de

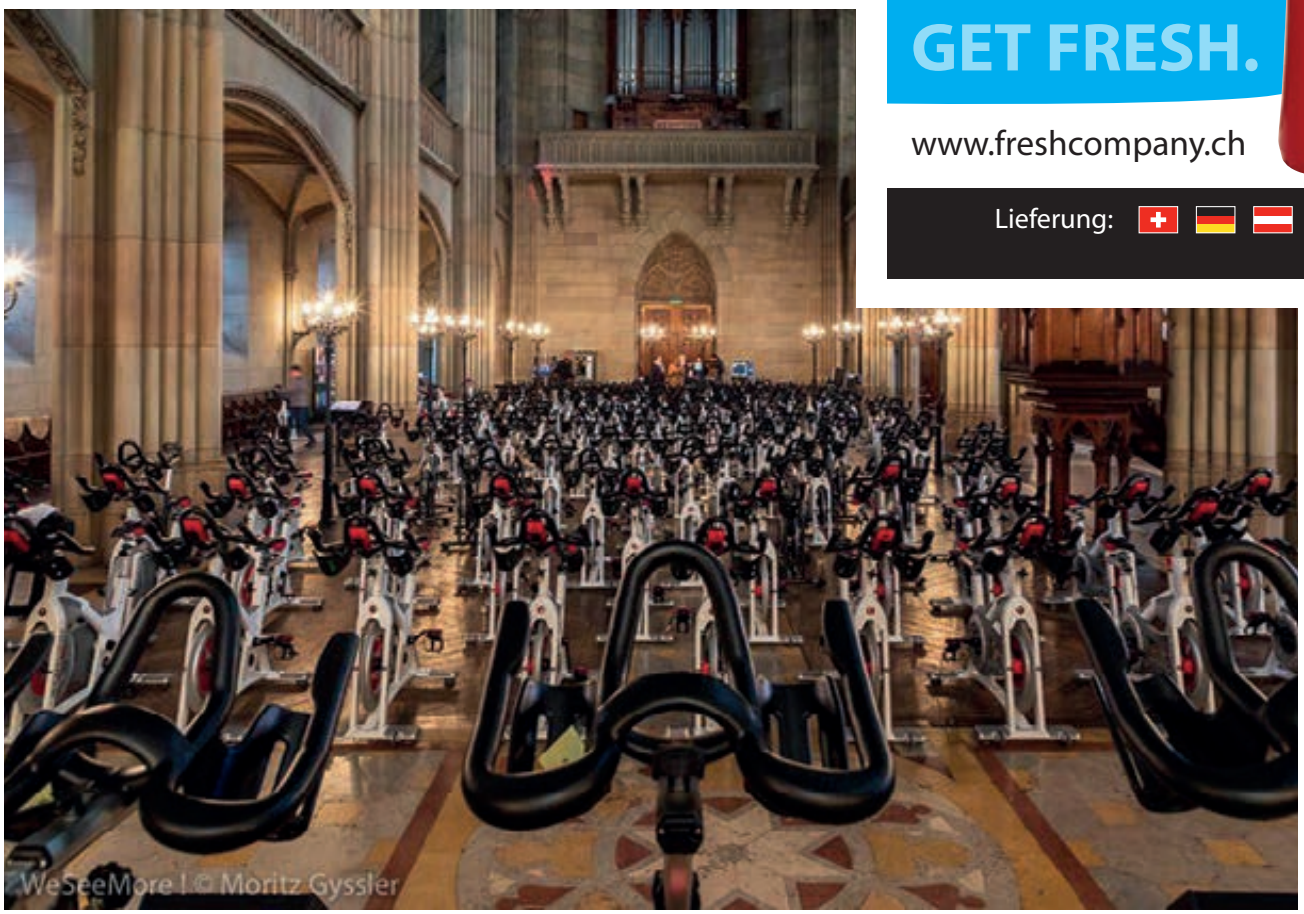
Wie heisst es so schön: Totgesagte leben länger! War doch in den letzten Jahren zu beobachten, dass viele Fitnesscenter ihre Cycling-Bikes rausgeschmissen haben und neue Center gar kein Indoor Cycling / Spinning mehr angeboten haben. Indoor Cyling ist aber wieder im Aufwind und es gibt immer noch eine gross Fangemeinde! Und für sie fanden vor kurzem zwei wirklich aussergewöhnliche Cycling-Events statt.

2. Porsche 6h Indoor Cycling Event

Anfangs Mai fand im Porsche Zentrum Zürich am Standort Schlieren mit 65 Teilnehmenden der zweite Porsche Indoor Cycling Event statt. Unterstützt wurde der Event vom Cycling Club Dreiländereck C3LE. Die Schwinn Instruktoren Nicole, Margherita, Reto, Stéphane, Sidonia, Cecco und Noppe zeigten eine grossartige Performance. Die einmalige Atmosphäre im Porsche Zentrum Zürich bot eine sehr gelungene Veranstaltung, alle hatten Spass und waren sechs Stunden mit vollem Einsatz dabei.

Cycling in the Church

Cycling in the Church fand im April statt. Dieser Event organisiert von Fabien Niederhäuser und seinem grossartigen Team (u.a. Boris Caminada) war sicher einer der speziellsten seiner Art. Nicht nur das die limitierten 130 Plätze auf den Schwinn Bikes immer ausgebucht sind sondern auch die wunderschöne Elisabethenkirche in Basel sorgte für ein ganz himmlisches Flair! Das Swiss Schwinn Indoor Cycling Team hatte dazu wieder eine mega Performance auf der Bühne gezeigt, was die acht Stunden zu einem Erlebnis machten und zu schnell vorbei gehen liess!



Anzeige

fresh company

Die Lösung für die Fitness-Branche:

ES IST ZEIT, SICH VON DER SPRÜHFLASCHE ZU VERABSCHIEDEN.

Wet Wipes

Mit antibakterieller Lösung getränkte Reinigungstücher (BAG Zulassung). In Kombination mit der 'fresh station' können die Tücher einzeln entnommen werden und reichen zur Reinigung einer Fläche von bis zu 1 m². Das spart Zeit, Material und Kosten.

GET FRESH.

www.freshcompany.ch

Lieferung:

FIBO ist, wenn alle Opinion Leaders in Köln sind

Die FIBO ist Geschichte. Viel Aufwand wird betrieben, die Marketer sind in Hochform und der Fachbesucher versucht, den Überblick zu behalten. Die schiere Menge an Informationen ist fast nicht zu bewältigen. Viele preisen das absolut Neue oder die grosse Innovation an. Ist das so? Ein Blick von der anderen Seite.

Es gab unglaublich viel zu sehen auf der FIBO. Nach dem Rundgang stelle ich fest, zugegebenermassen subjektiv, dass ich aktuell nichts gesehen habe, was das Potential hat, die Branche grundlegend zu verändern. Ökonomisch gibt es diverse „neue Ehen", welche sich in der Praxis erst bewähren müssen. Bewähren in dem Sinne, dass die Ziele und Strategien in der „neuen Ehe" sich positiv auswirken werden. Da darf man gespannt sein, wie sich die dynamische Branche entwickeln und profilieren wird.

FIBO Innovation & Trend Award

Alle Jahre wieder ist es spannend zu sehen, was beim Innovationsaward der FIBO eingegeben wird. 2019 wurde die Rekordzahl von 294 Eingaben gemacht. 294 innovative Produkte in der Branche, so viele wie noch nie — wie passt dies zu meinem subjektiven Gefühl? In folgenden Kategorien können Eingaben gemacht werden. In Klammern jeweils die Anzahl Produkte, welche für den Wettbewerb 2019 angenommen wurden:

- Digital Fitness (4)
- Gesundheit & Prävention (3)
- Lifestyle, Life-Balance & Wellness (5)
- Performance & Leistungsfähigkeit (5)
- Start-up (2)

Bei genauerer Betrachtung der 19 zum Wettbewerb zugelassenen Produkte bleibt letztlich wenig übrig. Ein essbarer Sportriegel ist in der Tat keine Innovation — solche konnte man zu Hundertern probieren. Die Riegel sind erfunden und den gut schmeckende Proteinriegel habe ich ebenfalls noch nicht gefunden. Das ist aber wohl Geschmackssache. Per Definition ist ein Sportriegel keine Innovation, weil Sportriegel auf dem Markt bereits angeboten werden.

Zweites Beispiel ist die vorgestellte Deadlift Hantel. Das ist eine Hantel, welche nicht auf der Schulter platziert, sondern mit den Händen gehalten wird. Das hat Vorteile, vor allem keine axialen Belastungen mit hohen Gewichten auf die Wirbelsäule. Nur, in ähnlicher Konstruktion gibt es das schon lange. In der Schweiz ist sie bekannt unter dem Namen «Meili-Hantel». Per Definition auch hier eher keine Innovation, weil schon auf dem Markt, wenn auch in unterschiedlichem Design.

Drittes Beispiel ist ein Gerät zum Hirntraining mittels Virtual Reality. Der Nutzer sitzt da mit seiner VR-Brille und verbessert die kognitiven Fertigkeiten. Wie gleichzeitig die physische Leistungsfähigkeit grossartig verbessert werden soll, erschliesst sich mir nicht — im Wissen darum, dass die entsprechende Muskulatur beim Ansehen beispielsweise von Volleyball aktiv ist, wie in Kinosälen belegt. Entweder mache ich das Eine oder das Andere. Per Definition eher keine Innovation, umgangsprachlich wird „Hirnjogging" angeboten, auch wenn der Nutzen hiervon in Fachkreisen kontrovers diskutiert wird. Im Spitzensport wird VR für das mentale Training genutzt, beispielsweise um sich beim Skifahren neue Strecken einzuprägen. Dies führt uns zum vierten Beispiel.

Die Verbindung von Hirn und Bewegung ist nichts Neues, weil ähnliche Konzepte schon auf dem Markt sind. Vielleicht alter Wein in neuen Schläuchen? Es ist mittlerweile bekannt, dass das Nervensystem im Bereich Bewegungslernen eine zentrale Rolle spielt. Wenn ich lese «Das Wissen um den Einfluss von Gehirn und Nervensystem auf Bewegung, Haltung und Schmerzen ist ein Novum im deutschen Ausbildungssektor», muss ich als Fachbesucher tief durchatmen. Per Definition eher keine Innovation, weil ähnliches bereits auf dem Markt existiert.

So wie ein Argument logisch, wahr und relevant sein muss, muss eine Innovation neu sein, etwas verändern und Probleme der Kunden lösen. Oft ist es so, dass innovative Produkte da sind, aber der «Kittelbrennfaktor» beim Kunden fehlt.

Als Abrundung folgen die Gewinner des FIBO Innovation & Trend Award in den fünf Kategorien:

- Digital Fitness — the winner is ELIAS von FACEFORCE GmbH
- Gesundheit & Prävention — the winner is BALLance Bälle von BALLance Coczepts GmbH
- Lifestyle, Life-Balance & Wellness — the winner is VOXXBODY Vocal Fitness System von Charles Simmons Music & Fitness UG
- Performance & Leistungsfähigkeit — the winner is Reflex-ON von Neuron Academy International
- Start-up — the winner is ExerCube von Sphery AG

New Business – ohne Risiko und als Gelddruckmaschine

Unternehmertum ist mit Risiko behaftet. Unternehmen sind dem Nutzen seiner Kunden verpflichtet. Und Unternehmer haben grosse Verantwortung aus fachlicher, menschlicher und sozialer Sicht. Auf der FIBO wurden viele «New Business»-Modelle vorgestellt, nicht nur im EMS Bereich. Da werden Menschen davon überzeugt, dass mit wenig Platz, wenig Geld und viel Freizeit der grosse Reibach gemacht werden kann. Die Praxis zeigt vielerorts, dass dem nicht so ist. Die Mikrostudios kommen und gehen, egal welches Konzept dahintersteckt. Das führt in der Branche zu deutlich mehr Studios und in der Folge zu mehr Mitarbeitenden in der Branche. Die Lohnsumme in der Schweiz dagegen ist seit dem letzten Branchenreport von 2015 deutlich gesunken bei gleichzeitig mehr Studios. Will die Branche das wirklich?

Qualität darf und soll kosten — bei einem durchschnittlich ausgewiesenen Jahresgehalt gemäss Branchenreport des SFGV von rund 13'200 Franken frage ich mich, ob der Stundenlohn oder das Monatsgehalt so tief gesunken ist oder ob die Berechnung wenig sinnvoll durchgeführt worden ist. Auf Basis einer Normalarbeitszeit von 2184 Stunden (42 Stundenwoche) ergäbe dies einen Stundenlohn von knapp über sechs Franken. Ja, in der oben erwähnten Zahl sind auch die Kursleitenden im Group Fitness mit dabei, was klar eine Korrektur nach unten ergibt. Die wirklich interessante Zahl aber, nämlich wieviel ein Trainer auf der Fläche verdient, ist nicht zu eruieren.

China World – die Chinesen kopieren und schwemmen

Noch mehr wie schon in den Vorjahren sind die chinesischen Aussteller im Fokus. Sie bieten im Grunde nichts Neues oder anderes an. Sie sind einfach günstiger. Wenn man als neutraler Beobachter durch die Hallen geht, finden sich überall Chinesen, welche Produkte fotografieren. Oft ohne Hemmungen und Zurückhaltung. Die Resultate lassen sich dann

Peter Regli

ist Buchautor, Dozent und Referent. Er doziert an diversen Ausbildungsinstitutionen und bietet Workshops im Bereich Gesundheitsmanagement und Strategieentwicklung für kleinere Unternehmen an. Individuelle Themen bietet er als Inhouse-Schulungen oder als Online-Coaching für Menschen und Unternehmen an. Sie erreichen ihn per Mail mit pr@peter-regli.ch oder auf seiner Website www.peter-regli.ch

im nächsten Jahr zur Hälfte vom Preis der etablierten Hersteller bestaunen. Die schlechte Nachricht für die Chinesen — die Stände waren oft leer — die gute ist demnach, dass die Branche mehrheitlich auf Qualität setzt, die sich über viele Jahre bewährt hat und etwas mehr kosten darf. Jedenfalls waren die Stände der «Grossen» mehr als nur voll. Womit wir zum letzten Thema kommen.

Krafttraining lässt sich nicht neu erfinden

Die Wissenschaft schafft das Wissen, wie es geht. Die Anatomie des Menschen hat sich nicht verändert. Die Biomechanik lehrt uns das wie und alles zusammen ergibt (hoffentlich) ein effektives Training der individuellen Leistungsfähigkeit. Da erstaunt es mich doch jedes Jahr wieder, was für «neue» Geräte da angepriesen werden. Man hört dann die Verkäufer von Biomechanik und ähnlichem sprechen. Am Grundprinzip des Krafttrainings wird nicht gerüttelt — und das ist gut so.

Meine persönlichen Highlights

Die Leistungsdiagnostik ist beim Verbraucher angekommen. Die Bestimmung der VO2max ist preislich attraktiv und mobil geworden. Eine klassische Spiroergometrie ist immer besser und genauer — aber wer kann und will schon bis zu 500 Franken dafür ausgeben? Das System, welches DYNOSTICS auf der FIBO gezeigt hat, hat das Potential, in der Branche das Thema Ausdauertraining auf ein neues Niveau zu heben.

Nohrd Fitness in Style — wow, welche schöne Geräte sich aus Holz herstellen lassen. Wenn sie kein Fitnesscenter einrichten wollen, dafür zu Hause Trainingsgeräte wie Designermöbel wollen, sind sie bei Nohrd genau richtig. Wenn ich in naher Zukunft eine neue Möbilierung der Wohnung ins Auge fasse, werden die Produkte von Nohrd mit Sicherheit auf meinem Wunschzettel stehen — trainieren in den eigenen vier Wänden mit so tollem Design — da kann nichts schief gehen.

Kilbi ist dann, wenn viele Menschen sich auf einem Platz versammeln und Spass haben. Diesen Platz habe ich im positiven Sinne auf der FIBO gefunden — was auf dem Stand von Technogym zu beobachten war, kommt dem Feeling der Kilbi schon sehr nahe. Das heisst im Umkehrschluss: Die Firma schafft es, die aktuelle Generation der Fitnessbranche so anzusprechen, dass diese auch versteht. Und dies auf beiden heute wichtigen Kanälen — analog und digital. In diesem Bereich ist Technogym sicher ein Vorreiter in der Branche.

Die FITNESS TRIBUNE ist durchaus der Meinung, dass sich an der FIBO und auch speziell unter den prämierten Produkten der FIBO Innovation & Trend Awards, sehr spannende und zukünftsträchtige Produkte befanden. Die FITNESS TRIBUNE ist ein Magazin in dem andere Meinungen Platz haben sollen und diese müssen nicht mit der Redaktion übereinstimmen.

Anzeige

basefit.ch wächst weiter

Im August 2019 eröffnet basefit.ch gleich drei neue Standorte in Lenzburg, Basel Markthalle und Pfäffikon SZ.

Neuer Ratio AG Showroom in der Westschweiz

Die Ratio AG feiert die Eröffnung ihres neuen Showrooms Romandie am Sitz der FITSpro in Versoix, Genf. Es ist eine einzigartige aktive Functional Training / Boutique Fitness Anlage Namens HYBRID, welche zugleich Schulungsraum, Showroom, Cafeteria, und Co-Workingspace für die Partnerfirmen ist! Ein wirklich einzigartiges Konzept. Nun ist Ratio neben dem 600 Quadratmeter grossen Showroom in Kriens auch näher bei den Kunden in der Westschweiz. FITSPro ist der grösste Anbieter für Fitnessausbildungen in der Westschweiz und bietet ihren Schülern jetzt noch mehr Möglichkeiten zukunftsorientierte Bewegungskonzepte praktisch kennen zu lernen. Der komplette Functional Fitness Teil der Anlage wurde mit ESCAPE Fitness und Pavigym Produkten ausgestattet; die Kraft-, Cardio- und HIIT Konzepte mit Produkten von CORE Health & Fitness: Star Trac, Stairmaster und Nautilus. Funktionelles Training sowie Boutique Fitness Konzepte werden immer beliebter und sind in aller Munde — darum kann dieser Showroom mit Konzept direkt von Interessenten umgesetzt werden. Von Walldesigns, Bodenlösungen, Produkten, Schulungen und natürlich auch mit Marketingsupport gehört alles dazu.

Urbanes Lauf-Coaching für jedes Niveau im Herzen von Zürich

In Zusammenarbeit mit One On One präsentiert Technogym RUN, JOG, WALK in Zürich. Nicht nur Sportler aller Leistungsniveaus, sondern auch Fitness-Neulinge, die nach einem Motivationsschub suchen, treffen sich zum gemeinsamen Laufen. Dabei werden sie von einem Personal Trainer begleitet, der sie anspornt und ihnen Tipps zur Verbesserung ihrer Technik gibt. Jeden Donnerstag ab 17.30 Uhr, Start ist bei der Technogym Boutique in Zürich. Die Teilnahme ist kostenlos und unverbindlich. Eine Anmeldung ist nicht Pflicht, erleichtert aber die Planung und Einteilung der Coaches und damit die Garantie für eine optimale Betreuung aller Teilnehmenden.
Informationen unter +41 32 387 05 30 oder info@fimex.ch

Seminarreihe «Bewegung ist Medizin»

In Zürich bei der Technogym Boutique finden spannende Seminare mit Prof. Dr. phil. Lukas Zahner von der Universität Basel statt. Die Teilnahme ist kostenlos und unverbindlich. Es gibt kein Medikament, das so weitreichende und vielfältige Gesundheitseffekte hat wie Bewegung und Sport. Man kann mit Recht von einem Breitband-Medikament sprechen, denn die wissenschaftlichen Nachweise, dass Bewegung sowohl in der Prävention, als auch in der Therapie auf viele Krankheiten wirkt, sind inzwischen unbestritten. Wie bei allen Medikamenten gibt es eine optimale Dosierung und diese ist für jeden Menschen — abhängig vom Alter und Lebensumständen — unterschiedlich. Die Frage lautet also: Wie und wie häufig und intensiv soll ich mich bewegen beziehungsweise Sport treiben?
Infos und Anmeldung:
http://t-institute.ch/Seminarreihe-Lukas-Zahner/

JOHN REED (McFit) eröffnet Premium-Studio in Zürich

Bei JOHN REED (McFit) wird das Workout zum Erlebnis. Der Erfolg in Budapest, Prag, Venedig, Salzburg, Berlin sowie in weiteren deutschen Grossstädten beweist: Trainieren in Clubatmosphäre ist angesagt. Nun hat das legendäre Berliner Unternehmen an der Thurgauerstrasse 54 in Zürich seine erste Niederlassung in der Schweiz eröffnet. JOHN REED vereint dabei Training, Musik und Design in einem völlig neuen Fitnesskonzept. Mit seinem Mix aus treibenden Beats, Design-Elementen aus verschiedenen Kulturen und Epochen, Street Art urbaner Metropolen und einer weitläufigen Trainingsfläche auf stolzen 2'550 Quadratmetern macht sich JOHN REED auf, Bewegung ins Workout der Zürcher zu bringen.

JOHN REED steht für guten Sound, aussergewöhnliches Design und eine Trainingsvielfalt, mit der einem anspruchsvollen Workout nichts mehr im Weg steht. Weit über die funktionellen Ebenen eines reinen Gyms hinaus, entsteht aus diesem Mix das ganz besondere JOHN REED Feeling. Der innovative Stil, der sich durch den gesamten Club hindurchzieht, schafft Räume zwischen Laufband und Hantelbank, die unkonventionell sind und immer wieder aufs Neue überraschen.

Der JOHN REED Effekt

Musik wird bei JOHN REED als Motor für noch mehr Motivation verstanden und steigert die Performance beim Training. Dafür sorgt der eigene Radiosender, der nonstop mit Musik wie Hip Hop, Urban, Pop und Elektro den richtigen Soundtrack passend zur Tageszeit sicherstellt. Die Musikexperten von JOHN REED kuratieren dafür die Playlisten passgenau für die unterschiedlichen Trainingszeiten. Das JOHN REED Radio ist auch über die FluxMusic-App digital abrufbar, wodurch man den Sound aus dem JOHN REED Club ganz einfach mit nach Hause nehmen kann. Als besonderes Highlight sorgen ferner lokale und internationale DJs für Sessions mit fetten Beats. Die DJ-Sets können anschliessend online auf Soundcloud gestreamt werden.

Eigene Grenzen testen – zusammen oder alleine

Über 50 Group Workouts mit Top-Coaches bringen Sportbegeisterte an ein neues Limit. Beim Functional Training werden Muskelgruppen mit dem eigenen Körpergewicht gekräftigt und Beweglichkeit, Kraft und Koordination gefördert. Muskeln können gezielt beim Gerätetraining aufgebaut und die Ausdauer in den Cardio-Räumlichkeiten effektiv gesteigert werden. Im Training mit freien Gewichten wird die Muskulatur optimal geformt und die Maximalkraft verbessert. Über 90 virtuelle Kurse von CYBEROBICS stehen den Mitgliedern täglich zwischen 6 und 24 Uhr in zwei Räumen zur Verfügung. Diese sind auf unterschiedliche Trainingslevel und -ziele ausgerichtet und bieten sowohl Frauen als auch Männern ein optimales Spektrum. Dabei kann jeder individuell den Schwerpunkt wählen: Von Fettverbrennen, Muskelaufbau, Beweglichkeit bis hin zu Tanz, Entspannung oder Cycling. Interessierte können ferner zur persönlichen Unterstützung einen Personal Trainer buchen.

Gold Abonnement für 1'080 CHF pro Jahr All In

JOHN REED bietet seinen Mitgliedern in Zürich drei verschiedene Verträge für 12 oder 24 Monate an. Der günstigste Basic-Vertrag startet bei 50 CHF pro Monat (600 CHF pro Jahr). Im Silver-Package sind folgende Leistungen inklusive: Getränke-Flat, CYBEROBICS, Verpflegungs-Rabatte, Kinderbetreuung, „Bring a Friend"-Option, Kaffee und Tee. Im Gold-Vertrag (90 CHF pro Monat, 1'080 CHF pro Jahr) sind zusätzlich ein Parkplatz sowie der freie Eintritt zu allen Events inbegriffen. Flexi-Verträge pro Monat (90/100/130 CHF) sowie Tageskarten für 30 CHF sind ebenfalls per sofort erhältlich.

Kommentar von Roger Gestach

Es ist überraschend, wie McFit den Markteintritt in die Schweiz gewählt hat. Denn wer McFit hört, denkt automatisch an Discount. Dass McFit nun ein JOHN REED-Studio im mittleren bis hohen Preissegment in der Schweiz eröffnet, welches einen grossen Wellness-Bereich, ein Bistro mit Bedienung und sogar Kinderbetreuung anbietet, ist nun wirklich sehr überraschend.

Die Infrastruktur vom JOHN REED Zürich ist absolut verrückt und es lohnt sich auf jeden Fall dieses Center anzuschauen. Aus meiner persönlichen Sicht ist die Ambiente ein wenig zu dunkel. Ob es zum Training 2x wöchentlich einen DJ braucht, wird sich zeigen.

Gemäss den Verantwortlichen von JOHN REED wollen sie weitere Center in der Schweiz eröffnen. Wenn sie an diesem Standort in Zürich Erfolg haben, dann wird es auch an anderen Orten funktionieren. In unmittelbarer Nähe des JOHN REED Zürich sind so ziemlich alle Mitbewerber vertreten die es gibt. Einen härteren Standort hätte man sich für den Start nicht aussuchen können.

SensoPro expandiert nach Russland und Österreich

(v.l.n.r.): Sergey (Russia Venture, Techniker), Dimitrij Tonet (Russia Venture, oben), Stefan Glauser (SensoPro AG, Internationalisierung), Alexander Burkhart (Russia Venture), Florian Fetscherin (Russia Venture), Ivan (Russia Venture, Techniker)

Das Schweizer Start-up SensoPro aus Bern hat den nächsten Schritt in seiner Expansion gemacht und seine Distribution auch in Russland gestartet. Mit dem in Moskau ansässigen Unternehmen Russia Venture versucht die junge Firma auch der russischen Gesundheits-, Sport- und Fitnesswelt die Wichtigkeit des Koordinationstrainings aufzuzeigen. Nachdem in den letzten Wochen bereits die ersten Fitnessstudios, Fussballvereine und Privatpersonen mit dem SensoPro ausgerüstet werden konnten, haben sie an Ostern an der «Global Fitness Evolution 2019» den Koordinationskäfig zum ersten Mal öffentlich präsentiert.

Österreich: Das Team rund um Geschäftsführer Horst Kögl und Verkäufer Daniel Mesotitsch — mehrfacher Olympia-Medaillengewinner im Biathlon — sind seit einigen Tagen offizieller SensoPro-Distributor. Der SensoPro wird schon in Kürze in ganz Österreich erlebbar sein — auf vier Rädern, in einem Roadshowtruck.

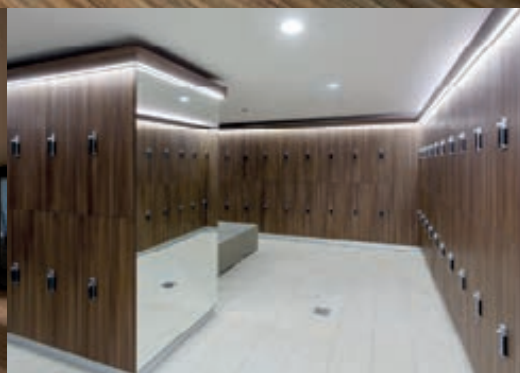
SensoPro freut sich mit einem sehr kompetenten und motivierten Team aus dem Nachbarland zusammenzuarbeiten. Horst Kögl, ehemaliger Geschäftsführer der Gaulhofer Industrieholding, bereichert SensoPro mit einem grossen Schatz an beruflichen Erfahrungen. Zusammen mit der jungen Firma aus der Schweiz will er den nächsten Schritt im österreichischen Fitness-und Gesundheitsmarkt gehen. Die Vision: Ein ganzheitliches Koordinationstraining für alle Altersgruppen zu ermöglichen.

Kieser Training – bald auch in kleineren Städten

Seit 1981 expandiert Kieser Training mittels Franchising. Bislang waren die Studios des Spezialisten für gesundheitsorientiertes Krafttraining auf Städte ab 100'000 Einwohnern ausgerichtet. Jetzt geht das Unternehmen in Deutschland mit einem neuen Geschäftsmodell an den Start: Kieser Training Compact. Damit will die Franchisekette in Standorten ab 40'000 Einwohnern expandieren.

«Mit Kieser Training Compact wollen wir unser effizientes Angebot auch an ausgewählten kleinen Standorten zur Verfügung stellen», erklärt Jens Russkowski, verantwortlicher Franchisemanager bei Kieser Training. «Um dies zu gewährleisten, haben wir Trainingsfläche, Maschinenausstattung und Personalbedarf komprimiert. Das funktionale Konzept, die Trainingssteuerung und -methodik und Qualität bleiben jedoch unverändert. Selbstverständlich setzen wir auch an kleinen Standorten auf einen effizienten Muskelaufbau an hochspezialisierten Maschinen und auf die Stärkung des ganzen Bewegungsapparates mit Fokus auf den Rücken.»

Das erste kompakte Kieser Training-Studio soll bereits in der zweiten Jahreshälfte in Heidenheim eröffnen. Die Franchisenehmer Bujar Daci und Marko Babovic sind vom Konzept überzeugt. «Für mich ist es eine Notwendigkeit, die Marke auch an kleineren Standorten zu etablieren, um den Menschen dort unseren hohen Nutzen bieten zu können», sagt der ehemalige Profisportler Daci. Und Babovic bestätigt: «Nicht jeder Kunde ist bereit, fürs Training längere Wege in Kauf zu nehmen. Jetzt kommen wir ihm entgegen.»



Hard Candy, Mailand / Easy Fit, Rom / Gimnasium Health Club & SPA, Castione / Just Fit Premium, Köln

DEUTSCHLAND / ÖSTERREICH

fit interiors

Gruppo P&G srl
Bad Nauheimer Str. 4
64289 Darmstadt
Tel. +49 (0) 6151-73475 125
Fax +49 (0) 6151-73475 150
infodeutschland@gruppopeg.com

SCHWEIZ

FIMEX
distribution ag

Fimex Distribution AG
Werkstrasse 36
CH - 3250 Lyss BE
tel. +41 (0)32 387 0505
fax +41 (0)32 387 0515
info@fimex.ch

fit interiors

furniture for health clubs, gyms, spa&wellness, medical and corporate

DESIGNED AND PRODUCED IN ITALY

www.fitinteriors.com

Roger A. Gestach

10 volte campione svizzero di karate, 2 volte campione europeo e Vicecampione del mondo di shotokan a squadre, 3° Dan

Nel settore del fitness dal 1993

Economia aziendale HFW (Scuola superiore di economia), istruttore fitness con attestato federale, Bachelor of Arts in economia del fitness, varie formazioni in management — marketing — gestione del personale, tra cui CAS all'università di San Gallo

Contitolare di una scuola di karate, dalla quale sorge il primo centro fitness a Sursee

Titolare e direttore di TC Gruppe Innerschweiz AG, che conta 4 grandi centri e 3 club per donne

7 anni nel comitato della FSCF

Fondatore e direttore di lunga data di ONE Training Center AG

info@fitnesstribune.com

L'intelligenza è la capacità di adattarsi al cambiamento.

Stephen Hawking, fisico e astrofisico britannico

Alla FIBO si è constatato chiaramente che la digitalizzazione non si ferma nemmeno nel settore del fitness. I produttori di attrezzature hanno presentato le proprie possibili soluzioni in fiera. Sono convinto che la digitalizzazione avrà un notevole impatto e trasformerà il lavoro nei centri fitness. In questo numero potete leggere cos'altro si è visto alla FIBO.

Tra l'uscita dell'ultima FITNESS TRIBUNE e questo numero, oltre alla FIBO si sono svolti due eventi prestigiosi: Il Mountain Move ad Arosa e la Giornata FSCFS a Berna. Dal punto di vista svizzero, la Giornata FSCFS può sicuramente essere considerata uno dei momenti clou dell'anno. Il presidente onorario Roland Steiner ha sorpreso l'assemblea generale con un'idea audace per il futuro della federazione. Al Fitnesstreff Niklaus di Reinach è andato il nuovo premio Centro fitness e di salute dell'anno 2019, attribuito congiuntamente dalla FSCFS e dalla FITNESS TRIBUNE.

Quanto siete in forma? Leggete la risposta nella provocatoria rubrica di Berny Huber. Ogni cosa ha una fine; ecco perché in questo numero trovate l'ultima parte della serie di Andreas Bredenkamp "Il futuro dei singoli club". Esisterà presto la pillola del movimento? Di cosa si dovrebbe tener conto nella gestione del personale della generazione Z e come si combatte contro un orso italiano? Tutte le indicazioni in esclusiva per voi nelle pagine seguenti.

Tra l'altro, presto seguiranno altri eventi del settore, come la Convention SAFS a Zurigo, che dopo una pausa di qualche anno si svolgerà nuovamente, o la FitnessEXPO di Basilea.

Buona lettura.

Cordialmente,

Roger Gestach

Roger A. Gestach

L'intelligence, c'est la capacité de s'adapter au changement!

Stephen Hawking, physicien et astrophysicien britanique

Lors de la FIBO, il était flagrant que la numérisation n'épargne pas la branche de la fitness. Tous les fabricants d'appareils y ont proposé des solutions. Je suis convaincu que la numérisation influencera et transformera massivement le travail dans les centres de fitness. Vous pourrez lire dans ce numéro ce qui a eu lieu également à la FIBO.

Deux événements importants ont aussi eu lieu en plus de la FIBO entre le dernier numéro de la FITNESS TRIBUNE et celui-ci: le Mountain Move à Arosa et le jour de la branche à Berne. Au niveau de la Suisse, le SFGV est digne de compter parmi l'un des points culminants de l'année. Le président Roland Steiner a surpris tout le monde par une idée osée concernant l'avenir de l'association. Le Fitnesstreff Niklaus de Reinach a été choisi comme centre de fitness et de santé de l'année 2019 pour le nouvel Award du SFGV et de la FITNESS TRIBUNE.
Etes-vous en forme? Relevez la provocation et lisez la réponse dans l'article de
Berny Huber. Tout a une fin; c'est pourquoi vous trouverez la dernière partie de la série d'Andreas Bredenkamp « Avenir des studios particuliers? » A quoi faut-il faire attention en ce qui concerne l'encadrement de la génération Z et comment peut-on combattre un ours italien ? Vous aurez la réponse en exclusivité dans ce numéro.

Au fait, d'autres événements spéciaux vont avoir lieu bientôt, comme par exemple la Convention SAFS à Zürich, qui reprendra après une pause de quelques années, ou la FitnessEXPO à Bâle.

Nous vous souhaitons beaucoup de plaisir à la lecture de ce numéro!

Bien cordialement vôtre,

Roger Gestach

Annonce

Fitnesscenter zu verkaufen:
An einer sehr guten Lage in der Nordwestschweiz verkaufen wir aus privaten Gründen unser neueres, sehr modernes Fitnesscenter (450 m2). Interessenten melden sich unter Chiffre: FT180/01

Anzeige

14x in der Zentralschweiz

one training center

Wir suchen:
– Fitness-Instruktoren
– Quereinsteiger
– Group Fitness-Instruktoren

one-training.ch

Anzeige

BodyStretcher HIMTEC
Swiss made

RÜCKEN DEHNEN UND STÄRKEN

Neu mit digitaler Kraftanzeige

Jetzt testen im Fitnesscenter Ihrer Region!

HIMTEC - BodyStretcher V4
Geprüft & empfohlen
AGR

Geprüft und empfohlen vom Forum: Gesunder Rücken - besser leben e.V. und dem Bundesverband deutscher Rückenschulen (BdR) e.V. Weitere Infos bei: AGR e.V., Stader Str. 6, 27432 Bremervörde, Tel. 04761/92 63 580, www.agr-ev.de

CE CE

VIDEO

HIMTEC AG | Schweiz
+41 62 772 02 55 | contact@himtec.ch | bodystretcher.ch

Messe & Event-Termine:

Deutschland:

25. bis 26. Oktober 2019
Aufstiegskongress, Mannheim

18. bis 21. November 2019
MEDICA, Düsseldorf

Österreich:

siehe: www.fitness.at

Schweiz:

24. August 2019
SAFS Convention, Zürich

3. bis 6. Oktober 2019
Mountain Move, Arosa

16. bis 17. November 2019
FitnessEXPO, Basel

16. Mai 2020
BranchenTag, Bern

Internationale Messen:

2. bis 5. April 2020
FIBO, Köln

28. bis 31. Mai 2020
RIMINIWELLNESS, Rimini

Internationale Kongresse:

1. April 2020
EHFA Kongress, Köln

Anzeige

Rasenteppiche

JUNG, FRECH und ANDERS.

Mit Cross Rasenteppichen setzen Sie Akzente.

Cross ist in **Florhöhen bis 42 mm** lieferbar und weich wie echtes Gras !

Prospekte + Preisliste unter:
www.sportbelag.eu

SPEZIAL-BELÄGE
morgenroth

Hofer Str. 13
D 95632 Wunsiedel
Fon (0049) 09232-991544
info@morgenroth.eu

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

Schulen & Verbände:

EHFA
www.europeative.eu

Schulen & Verbände Deutschland:

Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement
University of Applied Sciences

BSA-Akademie
Prävention, Fitness, Gesundheit
School for Health Management

Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement
BSA-Akademie
Hermann Neuberger Sportschule 3
66123 Saarbrücken | Tel. 0681/6855-0

DSSV e.V.
Beutnerring 9
21077 Hamburg
Tel. 040/766 24 00

Klubschule Migros
Tel. 0844 844 900

QualiCert
Aeplistr. 13
9008 St. Gallen
Tel. 071/246 55 33

IG Fitness Schweiz
Heinrichstr. 267b
8005 Zürich
Tel. 043/534 74 45

SAFS AG
Albisriederstr. 226
8048 Zürich
Tel. 044/404 50 70

SFGV Schweiz. Fitness- & Gesundheitscenter Verband, Geschäftsstelle,
3000 Bern
Tel. 0848/89 38 02

SPTV Schweiz.
Personal Trainer Verband
Kleestrasse 58
8280 Kreuzlingen

star-school for training and recreation
Seefeldstr. 307
8048 Zürich
Tel. 044/383 55 77

Swiss Prävensana Akademie
Untere Bahnhofstr. 19
8640 Rapperswil
Tel. 055/211 85 85

Update Akademie
Bahnhofstr. 111,
9240 Uzwil
Tel. 071 952 65 42

Inserentenverzeichnis – FT Nr. 180

Academy for 360° Functional Kinetic Coach	49
ACISO	55
Andreas Bredenkamp Seminare	108
basefit.ch	99, 133
best4health	45
BodyStretcher	134
BURG	123
Deutsche Sportakademie	40
DHfPG	53
Domitner	14, 15
DYNOSTICS	136
eGym	8, 9, 108
Fimex Distribution AG	1, 52, 122, 131, 140
fit interiors	131
Fit3	127
fitness.com	119
FitnessEXPO	16
fitnessplus	54
fle-xx	108
fresh company	121, 125
gym80	39
Himtec	134
Hoist	23
HWS Huber Widemann Schule	47
I Love Fitness	2
InBody	45
INKO	27
Johnson Health Tech (Schweiz) GmbH	6, 7
Let's Go Fitness	71
Matrix	6, 7
miha bodytec	63
milon	10, 11
Morgenroth Spezialbeläge	135
Mountain Move	95
ONE Training Center	134
Outrace	52
Porsche Zentrum Zürich	137
QualiCert	105
ratio	39
reAct	127
RKS Kompetenzzentrum	107
SAFS	12, 13, 41, 53
Shark Professional Fitness	23, 139
signactive	3
Slim Belly	55
Soledor	27, 63
SportsArt	139
STOFFWECHSELKURschweiz	87
STOLUTIONS	136
Stroops	65
Technogym	1, 140
Ticos Systems	123
the fitness company Handels GesmbH	1, 140
TUM Sports	65
update Akademie	5
WIPES	122
Woodway	14, 15

Anzeige

Mehr Informationen finden Sie unter **www.dynostics.com** oder nehmen Sie direkt Kontakt mit uns auf:
STOLUTIONS GmbH • office@stolutions.net · 041 763 07 07 · www.stolutions.net

@dynostics #dynostics

Aufregend oder traditionell? Der beste Kompromiss ist kein Kompromiss.

Der neue Macan.

Ab sofort in Ihrem Porsche Zentrum Zürich.

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

Motorleistung New Macan: 180 kW (245 PS). Treibstoff-Normverbrauch: gesamt 8,1–7,9l/100 km. CO_2-Ausstoss: 185–181 g/km. CO_2-Mittelwert aller in der Schweiz angebotenen Fahrzeugmodelle: 133 g/km. Energieeffizienz-Kategorie: G

PORSCHE

www.technogym.com

Leserbriefe:
Einsenden an: Fitness-Experte AG, Blumenhalde 10,
CH-6010 Kriens oder per Email: info@fitnesstribune.com

Freischaffende Korrespondenten:

Albrecht Karin
Berndt Patrick
Bredenkamp Andreas
Eifler Christoph, Prof. Dr.
Domitner Peter
Eigenmann Paul
Gärtner Harald
Gockel Henrik
Gottlob Axel Dr.
Huber Berny
Hubbert Detlef
Kieser Werner
Krempel Rolf, Dr.
Krempel Otti
Kuoni Jürg, Dr. med.
Jansen Roland
Lorenzetti Silvio Dr.
Meili Daniel Louis
Muench Hans
Paul Edy
Regli Peter
Rieger Thomas, Prof. Dr.
Spitko Roman
Schupp D. und JP.
Schweizer Ueli
Somaini Bertino Dr. med
Weinmann Anna
Wurpes Gottfried
Zimmermann Kaspar
Zürcher Eric-Pi

Die Fitness Tribune erscheint in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Die Fitness Tribune erscheint 6-mal jährlich in einer Auflage von ca. je 7'500 Exemplaren und ist im Abonnement oder in vielen Fitnessclubs erhältlich.

Verlags- und Anzeigenadresse:

Fitness-Experte AG
Blumenhalde 10
6010 Kriens - Schweiz

Tel. +41 41 320 16 16
info@fitnesstribune.com

Chefredaktor und Herausgeber:
Roger Gestach

Textredaktion und Administration:
Fitness-Experte AG

Anzeigenverwaltung für Deutschland, Österreich und die Schweiz:
Fitness-Experte AG
Tel. +41 41 320 16 16

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

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

Druckerei:
Prospektus Nyomda, Ungarn

Konzept und Gestaltung:
bestforyou.ch GmbH, Luzern

Bankverbindungen:

Schweiz:
Luzerner Kantonalbank
IBAN: CH30 0077 8205 3388 1200 1

Deutschland:
Sparkasse Lörrach-Rheinfelden
IBAN: DE78 6835 0048 0001 1036 05

© 1988-2019 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.

Der schweizerische Schriftsatz hat kein Zeichen für ß; es wird „ss" für ß gesetzt

Redaktionsschlussdaten 2019-2020

Ausgabe:	Einsendeschluss für Redaktion:	für Anzeigen:	Erscheinungsdatum:
Nr. 181, September/Oktober 2019	24.06.2019	15.07.2019	1. Woche August 2019
Nr. 182, November/Dezember 2019	19.08.2019	16.09.2019	1. Woche Oktober 2019
Nr. 183, Januar/Februar 2020	21.10.2019	11.11.2019	1. Woche Dezember 2019
Nr. 184, März/April 2020	16.12.2019	13.01.2020	1. Woche Februar 2020
Nr. 185, Mai/Juni 2020	24.02.2020	09.03.2020	4. Woche März 2020
Nr. 186, Juli/August 2020	27.04.2020	11.05.2020	1. Woche Juni 2020

1808 wwvisions.ch

SportsArt

THE GREEN FITNESS COMPANY

CHANGE THE WORLD ONE WORKOUT AT A TIME // POWER A MOVEMENT

ECO-POWR™ Line

Die neue Cardio-Linie von SportsArt, bei der inspirierendes Design nicht nur Funktion erfüllt, sondern auch die revolutionäre ECO-POWR™-Technologie umfasst, die menschliche Leistung erfasst und sie in verwertbaren Strom umwandelt. Die ECO-POWR™-Geräte können direkt am Stromnetz angeschlossen werden. Sobald die Nutzer mit dem Training beginnen, wird Energie erzeugt und wieder in das Stromnetz eingespeist, um anderweitigen Stromverbrauch innerhalb der Einrichtung auszugleichen.

Shark Professional Fitness
Landstrasse 129 · 5430 Wettingen
Tel: 056 427 43 43 · Fax: 056 426 60 10
E-Mail: info@sharkfitness.ch

The Shark Fitness Company

www.sharkprofessional.ch

SKILLBIKE™ CLASS
SHIFT TO REAL RIDING
TOTAL TIME 21:40 | 5 Km
13 Km 2,1%
User 1
User 2 + 0:30
User 3 + 0:34
User 4 + 0:54
User 5 + 1:36
User 6 + 1:50
User 7 + 2:50
Mit Skillbike fahren Sie praktisch wie im Freien. Erleben Sie ein ganz neues Fahrgefühl dank Real Gear Shift und Road Effect System. Besuchen Sie uns auf der FIBO in Halle 7 oder erfahren Sie mehr unter: technogym.com/skillbike
TECHNOGYM
The Wellness Company
SCHWEIZ Fimex Distribution AG | +41 32 387 0505 | info@fimex.ch
ÖSTERREICH The Fitness Company Handel GesmbH | +43 732 671000 | info@fitnesscompany.at
OTHER COUNTRIES TECHNOGYM SpA | +39 0547 650111 | info@technogym.com