FACHMAGAZIN FÜR FITNESS, WELLNESS & GESUNDHEIT IM DEUTSCHSPRACHIGEN EUROPA

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

FITNESS TRIBUNE®

Nr. 183 | Januar / Februar 2020

MX4 ACTIVE ERWEITERT IHRE ZIELGRUPPE

INSIDER-NEWS • EVENTS • INTERVIEWS

fitnesstribune.com

reACT®

Was wäre, wenn eine Maschine ...

- Sie vom Mitbewerber-Preiskampf befreit?
- die Wirkung des Trainings verstärkt, auch bei Kunden, die sonst keine Resultate erzielen?

Wirkung schon bei wenigen Minuten

ab 1x pro Woche

Studien beweisen:

- Signifikanter Kraft- und Muskelaufbau verbessert Blut- und Fettwerte sowie Stoffwechseleffekte.
- Exzentrisches, hoch-intensives Intervall-Training (H-I-I-T) durch patentierte, motorangetriebene, G-Kraft-Plattform, um mit weniger Anstrengung eine höhere Wirkung zu erzielen.
- Verzögerte Wahrnehmung der Anstrengung hilft, einen überschwelligen Reiz zu erzielen.
- Herz- und gelenkschonend

Lifestyle | Reha | Sport

Fit³ GmbH | Zürcherstrasse 102 | CH-8852 Altendorf | Tel. +41 58 580 02 02 | info@fit3.ch

www.reacttrainer.eu

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

Kauf der FITNESS TRIBUNE 1.9.2017

info@fitnesstribune.com

Nicht im, sondern am Unternehmen arbeiten!

Eine Management-Weisheit besagt, dass ein Unternehmer nicht im, sondern am Unternehmen arbeiten soll. Aus meiner Sicht trifft dies auch auf die Fitnessbranche zu. Selbstverständlich ist es aber auch von der Betriebsgrösse abhängig, was der Chef alles selber machen muss. Klar ist aber: Wer sich nur mit dem Tagesgeschäft aufhält, verpasst eventuell den entscheidenden Moment, um die richtigen Weichen für die Zukunft seiner Unternehmung zu stellen.

Das Team der FITNESS TRIBUNE ist von Ausgabe zu Ausgabe höchst motiviert, Ihnen spannende Fachartikel zu präsentieren, um Sie aus Ihrer gewohnten Denkweise herauszuholen und Ihnen neue Impulse zu geben. In dieser Ausgabe haben wir z. B. einen hochinteressanten Artikel von Andreas Bredenkamp zum Thema offensive Strategien für den Wachstumsmarkt, Tipps für Arbeitgeber zum Umgang mit der Generation Y, was eine Engpasskonzentrierte Strategie ausmacht, Marketing für Senioren und zwei spannende Artikel zum Thema Pricing.

Eine weitere gute Möglichkeit am und nicht im Unternehmen zu arbeiten, ist die Teilnahme an spannenden Events. Mitte November fand zum ersten Mal seit der Fusion von Inline und Greinwalder der ACISO Congress in Kassel statt. Der Aufstiegskongress in Mannheim war ebenfalls ein hochkarätiger Anlass, um neues Wissen zu erlangen. Falls Sie nicht an diesen Events teilnehmen konnten, informieren wir Sie nun gerne.

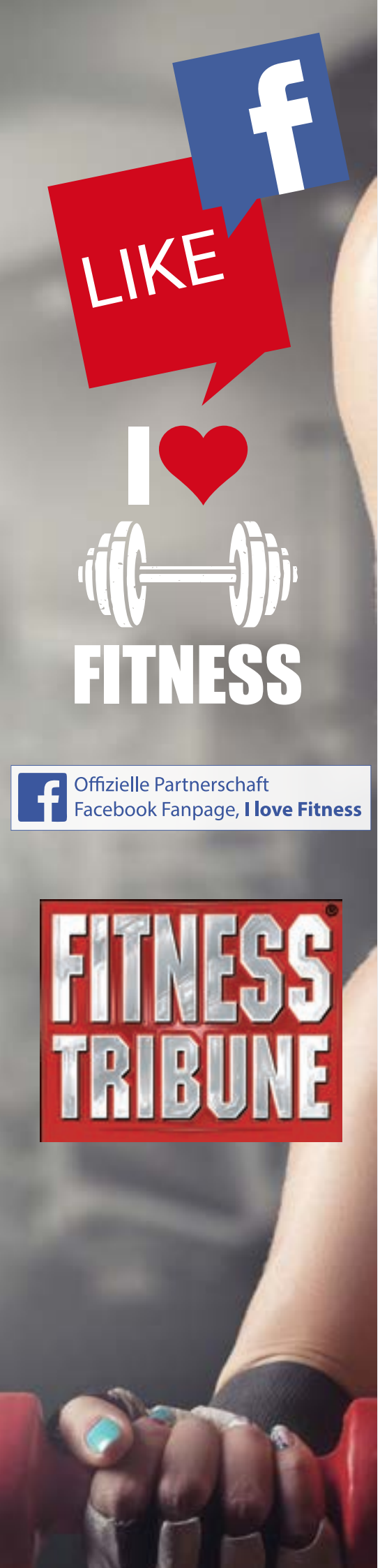
Darüber hinaus haben wir für Sie so viele Interviews, wie schon lange nicht mehr. Lara Gut-Behrami, die wir persönlich in Ihrem Kraftraum besuchen konnten, René Kalt von der Migros Zürich und Jochen Müller mit seinem neuen Hotelkonzept. Ausserdem geht mit Udo Münster bei milon eine Ära zu Ende und Christin Görlach von eGym wandert nach Australien aus. Lesen Sie unbedingt die spannenden Geschichten unserer Interview-Partner.

Ich freue mich sehr, Ihnen in dieser Ausgabe die nominierten «Fitness- und Gesundheitscenter des Jahres 2020» vorzustellen. Sie können zum ersten Mal für Ihren Favoriten voten, damit Ihr präferiertes Center den Award, den die FITNESS TRIBUNE gemeinsam mit dem SFGV vergibt, gewinnen wird.

Ich wünsche Ihnen viele Erkenntnisse beim Lesen und dass Sie sich bei der Lektüre ausserhalb Ihres Unternehmens aufhalten.

Herzlichst, Ihr

Roger Gestach



Anzeige

HIGHLIGHTS DIESER AUSGABE

SPINNING / INDOOR CYCLING
TOTGESAGTE LEBEN LÄNGER! 19

INTERVIEW LARA GUT-BEHRAMI 24

MIGROS ZÜRICH AUF
WACHSTUMSKURS 28

CHRISTIN GÖRLACH: GOES DOWN UNDER 48

HOLISTISCHES FITNESSKONZEPT 68

UDO MÜNSTER: EINE ÄRA GEHT ZU ENDE 74

FITNESS- UND GESUNDHEITSCENTER 2020 112

Anzeige

NEUE KURSE

FLOW

TRX Meets Mobility
Grosse Übungsauswahl für Beweglichkeit und Fasziale Linien

TRX YOGA

Yoga endlich auch am TRX.
TRX als Unterstützung und Herausforderung von Yoga Asanas

BOSU TRAINER

Die offizielle Weiterbildung neu jetzt auch in der Schweiz.

www.fitagon.ch

Inhaltsverzeichnis

Editorial	3
Advertorial Matrix	12
Fitness News	18
Reportage Spinning / Indoor Cycling	19 | 20 | 22
Interview Lara Gut-Behrami	24
Interview René Kalt	28
Austria News	32
Advertorial Technogym	40
Event News	42 | 90 | 108
FitnessEXPO Basel 2019	44
Advertorial NOCCO	47
Interview Christin Görlach	48
Fachartikel Generation Y	50
ACISO Congress 2019	52
SAFS News	56
Toni Betschart und Philipp Musshafen Kolumne	58
Aufstiegskongress 2019	60
Advertorial STOFFWECHSELKURschweiz	64
Priska Hasler Kolumne	65
Andreas Bredenkamp Kolumne	66
Interview Benjamin Müller-Rappard und Jochen Müller	68
QualiCert News	72
Interview Udo Münster	74
Ronald Jansen 360° PAINfree News	78
Fachartikel Engpasskonzentrierte Strategie	80
Fachartikel EMS-Training	84
Peter Regli Kolumne	88
Manpower News	91
Media News	92
Education News	93 | 103
Eric-Pi Zürcher Kolumne	94
Fachartikel Seniorenmarketing	96
Edy Paul Kolumne	98
Fachartikel Betriebliches Gesundheitsmanagement	100
Swiss News	104
Swiss Ketten News	106
SFGV News	109
Fitness- und Gesundheitscenter des Jahres Award 2020	112 | 114 | 116 | 118 | 120
Svizzera italiana	122
Suisse romande	123
Stellenanzeigen und Inserentenverzeichnis	126
Termine und Adressen	128
Impressum	130

VISION

Das neue
Trainingserlebnis
in Full-HD

We make the Gym work for Everyone

eGym Schweiz I Zweigniederlassung Baar I Ruessenstrasse 12 I 6340 Baar I Tel. 079 360 10 13 I vertrieb@egym.ch
eGym GmbH I Einsteinstrasse 172 I 81677 München I www.egym.de/business

Taycan 4S
Seit über 70 Jahren elektrisieren wir Fahrer. Jetzt auch das Auto.
Der neue Taycan. Soul, electrified.
Der erste vollelektrische Porsche.
Ab Januar im 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

PORSCHE

Was mir am besten gefällt, ist die Vielfalt. Ich kannte die meisten dieser Geräte vorher nicht, aber es ist genial. Du kannst einfach spüren, wie du stärker wirst, unterschiedliche Muskeln benutzt und auf verschiedene Weise ausbalancierst.

- Michael

Als mir gesagt wurde, dass es einen neuen Kurs gibt, dachte ich, dass ich ihn ausprobieren möchte. Und ich bin so froh, dass ich es getan habe. Das Training ist super für Ausdauer und Kraft, und wir haben so viel Spaß in der Gruppe.

- Barbara

MATRIX

Profitieren Sie jetzt doppelt von unserer innovativen Group Fitness Lösung MX4
und erschließen Sie mit dem neuen **MX4 Active** eine weitere bedeutende Zielgruppe.
Unser erfolgreiches Functional-Trainingskonzept aus exklusivem Matrix Equipment, Zubehör und
fertigen Workouts gibt es nun speziell für ältere Kursteilnehmer und Personen mit eingeschränkter Mobilität.
Individuell. Flexibel. Skalierbar.

MATRIX
OFFIZIELLER FITNESSGERÄTE-AUSSTATTER

MATRIX
OFFIZIELLER LIZENZPARTNER

MATRIX
OFFIZIELLER PARTNER

www.matrixfitness.eu

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

MX4 Active – erweitern Sie Ihre Zielgruppe für funktionelles Group Training!

Nur ein Raum, nur eine Ausstattung und nur ein geschultes Trainerteam, aber vielfältige Nutzung Ihrer Ressourcen. So könnte man die Vorteile von MX4 Active auf den Punkt bringen. Doch das ist längst nicht alles.

Fitnesstrend trifft Demografie

Möglicherweise kennen Sie bereits das erfolgreiche Group Fitness Konzept MX4 by Matrix als Komplettlösung aus exklusivem Matrix Equipment und Zubehör sowie speziell entwickelten Trainingsprogrammen und einem kompetenten Rundum-Support. Dieses intensive HIIT Zirkelprogramm zielt auf schnelle, sichtbare Ergebnisse und Leistungssteigerung durch explosive Workouts aus den Bereichen Kraft, Schnellkraft und Ausdauer. Entsprechend finden sich in diesen Kursformaten überwiegend junge, meist gut trainierte Teilnehmer. Wenn Sie jedoch einen Blick auf die Altersstruktur und Konstitution Ihrer Mitglieder werfen, ist sicher schnell klar, dass ein grosser Teil davon gar nicht erst auf die Idee käme an solchen Formaten teilzunehmen.

MX4 ACTIVE als neues Group Training Konzept für ALLE

Bieten Sie deshalb explizit ein funktionelles Gruppentraining an für ältere Personen und Teilnehmer, die körperlich eingeschränkt und vorbelastet

sind oder nach Verletzungen langsam wieder in Form kommen möchten. Wie für das «klassische» MX4 Functional Training haben eine Reihe von internen und externen Spezialisten bei Matrix ein neues, auf eben diese Zielgruppen ausgerichtetes Programm entwickelt, das «schlüsselfertige» Workouts mit dem exklusiven MX4-Equipment anbietet. Für beide — das klassische HIIT MX4 und das MX4 Active — erhält Ihr Trainerteam eine umfassende, intensive Schulung mit abschliessender Zertifizierung. Nutzen Sie also zwei Kurskonzepte mit der identischen Ausrüstung in der gleichen Räumlichkeit mit Ihrem Stammpersonal und verbessern Sie massgeblich die tägliche Auslastung durch Angebote am Vormittag.

Spürbare Erfolge für Teilnehmer, erhöhte Kundenbindung für Studiobetreiber

Natürlich sind bei MX4 Active die Bewegungen schonender, die Übungen rücken- und kniefreundlicher und alle Workouts beinhalten bekannte Bewegungsabläufe aus unterschiedlichsten Bereichen. Der Trainer erhält vielfältige Möglichkeiten, einzelne Übungen auf die Ansprüche der Gruppe anzupassen und diese in einem ruhigeren Umfeld zu begleiten. Für Kurse, an denen auch deutlich ältere Menschen teilnehmen, beinhaltet MX4 Active eine kurze, wissenschaftlich fundierte Bewertung (den Timed-Up-And-Go-Test), die den Trainern hilft, eine sichere Teilnahme zu gewährleisten. Jede Trainingseinheit beginnt mit einer vorgefertigten Aufwärmphase und entsprechenden Übungen zum Abschluss einer Sitzung.

Active Aging und Active Living

Aber auch bei MX4 Active liegt der Fokus auf Kraft, Stabilität, Beweglichkeit und Ausdauer, sodass die Teilnehmer bald eine deutliche und spürbare Verbesserung ihrer körperlichen Fitness wahrnehmen werden, die sie zum Weitermachen anspornen. Sie fühlen sich kompetent und persönlich betreut und nicht zuletzt spielt die zusätzliche Motivation durch den Spass an der Bewegung innerhalb der die Dynamik einer Gruppe bei MX4 Active eine grosse Rolle. Mit grosser Wahrscheinlichkeit gewinnen Sie treue Mitglieder eher durch ein solches Angebot, als beispielsweise durch recht unspektakuläre, einsame Trainingsstunden auf dem Fahrradergometer.

MX4 zertifiziert gemäss §20 SGB V

Nutzen Sie das klassische MX4 Konzept auch als Einstieg in BGM und Prävention, denn die Zentrale Prüfstelle Prävention hat unser Group Trainingskonzept MX4 gemäss §20 Abs. 1 SGB V zertifiziert. Da eine fundierte Qualifikation des Trainingspersonals durch einen unserer Mastertrainer ohnehin Bestandteil des MX4-Konzepts ist, wird der zeitliche und bürokratische Aufwand einer Genehmigung durch die ZPP massgeblich minimiert.

MATRIX

Infos und Kontakt

Johnson Health Tech. GmbH
DE: Europaallee 51, 50226 Frechen,
Tel.: +49 2234 9997 100

CH: Riedthofstr. 214, 8105 Regensdorf,
Tel.: +41 44 843 30 30

AT: Mariahilfer Str. 123/3, 1060 Wien,
Tel.: +43 664 23 506 97

E-Mail: info@johnsonfitness.eu
www.matrixfitness.eu

MX4 Equipment:

CONNEXUS
Platzsparendes, funktionales Wandmodul, das beliebig erweiterbar ist und mit zahlreichen Komponenten vielfältige Übungen mit dem eigenen Körpergewicht, Widerstands- und Suspensionbändern, Slam Balls, Gewichten etc. ermöglicht.

ROWER
Für die Ausdauer-Einheit zwischen Kraft und funktionellem Training sorgt der flüsterleise Rower mit exaktem Magnetwiderstand für ein unvergleichliches Rudererlebnis.

S-DRIVE
Einzigartiges und vielseitiges Laufband, das mit eigener Muskelkraft angetrieben wird und für Sprints, Sled-Pushing und Widerstandstraining geeignet. Durchgezogene Handläufen, geringe Aufstiegshöhe und 0 km/h Startgeschwindigkeit machen es ideal für Training oder Rehabilitation älterer oder eingeschränkter Personen.

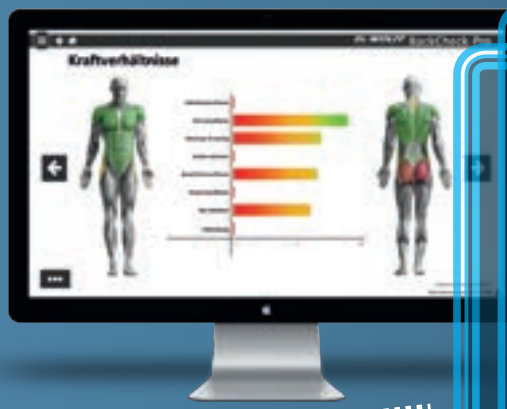
S-FORCE
Der S-Force Performance Trainer kombiniert ein speziell entwickeltes Bewegungsmodell in zwei Positionen mit einem präzisen Magnetwiderstandssystem, um Schnelligkeit und Schnellkraft zu trainieren und jedes HIIT Workout auf ein neues Level zu bringen.

KRANKCYCLE
Für ein aerobes Training, das den Oberkörper kräftigt, Kalorien verbrennt und den Rumpf stabilisiert.

1. Testing

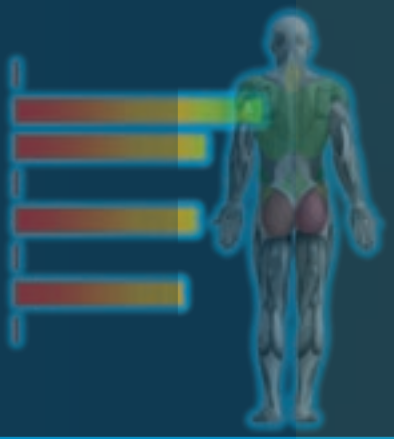
- Back-Check
- Wirbelsäulenscreening
- Beweglichkeitsmessung
- u.a.

2. Auswertung & Interpretation



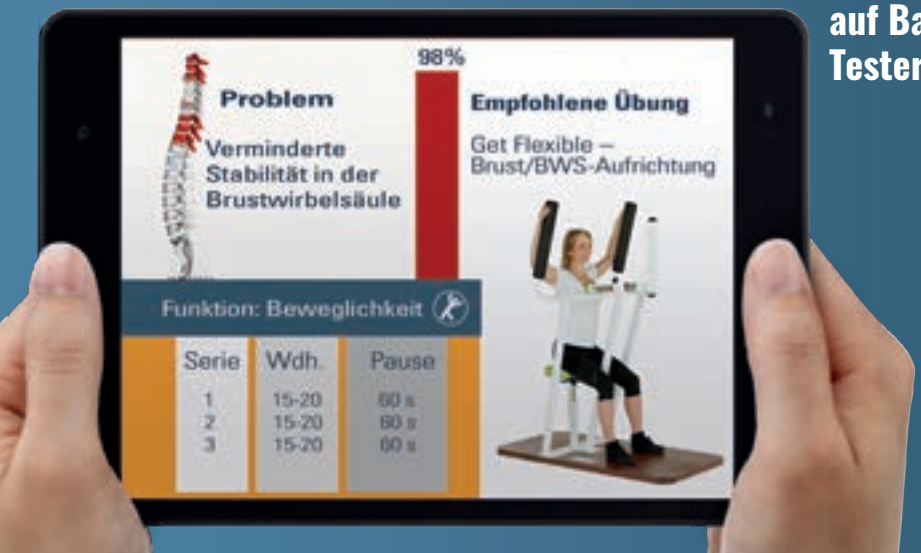
Kraftverhältnisse

Extension/Flexion
Lateralflexion
Oberkörper Druck/Zug
Schulter Abduktion
Rumpf Extension/Flexion
Bein Abduktion
Hüftstreckung



3. Trainingsplan

auf Basis der Testergebnisse



Planloses Training?

Testen + Auswerten + Plan erstellen = Trainingserfolg

Fordern Sie unser kostenloses Whitepaper an!

Foto: www.adobe.com | deagreez

Domitner
Your Partner for Health & Prevention

Ihr Spezialist für Konzeptentwicklung & Geräteausstattung

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.at

mobee fit mobilität messbar machen | Back-check by Dr. Wolff | IDIAG

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

Urs Bärtschi

BERATUNG & SERVICE

Email: urs.baertschi@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

iNOTEC®
HEALTH & FITNESS

AthleticLine **Squat**
Einstellbare Schulterbreite
Äusserst solide Konstruktion

BORN IN SWITZERLAND

THE HEXAGON®
Small Group Training
Integriert sich durch die tolle Optik bestens ins Studio

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

Anzeige

Matrix wird erneut mit Plus X Award für «Höchste Kundenzufriedenheit» ausgezeichnet

Bereits im vergangenen Jahr durfte sich der etablierte Anbieter von Fitnessgeräten über die Auszeichnung für höchste Kundenzufriedenheit durch den Plus X Award freuen.

Auch 2019 ermittelte das Deutsche Institut für Produkt- und Marktbewertung wieder die Marken, die ihre Kunden auf herausragende Weise zufriedenstellen. Hierfür werteten die Meinungsforscher im Juni exakt 3'147 gültige Stimmen aus und ermittelten die Marken, die durch die Auszeichnung «Höchste Kundenzufriedenheit 2019» honoriert werden.

Die Mitarbeiter bei Matrix sind besonders stolz, bereits zum zweiten Mal diese eindeutige Anerkennung zu erhalten, ihr Markenversprechen in Sachen Kundenberatung und After Sales-Service in der Kategorie Fitnessgeräte am besten zu halten.

Auch Geschäftsführer Ulfert Böhme lobt sein gesamtes Team: «Dieser Award bestätigt erneut unser tägliches Engagement, mit dem wir in allen Bereichen die Bedürfnisse unser Kunden umsetzen, um das Vertrauen in unsere Marke weiter zu stärken.»

Endgültiges «Aus» für Kettler

Das Unternehmen wurde 1949 von Heinz Kettler gegründet und brachte 1962 das Tretauto Kettcar als Kinderspielzeug auf den Markt, welches ein weltweiter Erfolg wurde. Davon wurden etwa 15 Millionen Exemplare verkauft. 1977 kam das Kettler Alu-Rad 2600, ein Fahrrad mit Aluminiumrahmen mit einem Gesamtgewicht von 13 kg. Nebst den Heimfitnessgeräten war Kettler auch als Hersteller von Gartenmöbeln lange erfolgreich. Heinz Kettler starb 2005 im Alter von 77 Jahren. Das Unternehmen wurde danach von seiner Tochter, der Biologin Karin Kettler, als Alleingesellschafterin geführt.

Zu diesem Zeitpunkt war die Firma bereits in Schwierigkeiten. Am 3. Juni 2015 stellte das Unternehmen schliesslich einen Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens in Eigenverwaltung, um die unkontrollierte Übernahme durch einen Finanzinvestor zu verhindern. Im Dezember 2015 übernahm die ZEG (Zweirad-Einkaufs-Genossenschaft eG) die Fahrradsparte von Kettler. Im Juli 2018 meldete das Unternehmen erneut Insolvenz an. Im Dezember 2018 erwarb der Finanzinvestor Lafayette Mittelstand Capital die Firma. Ende Juli 2019 stellten die Kettler Freizeit GmbH und die Kettler Plastics GmbH Antrag auf Insolvenz in Eigenverwaltung. Am 11. Oktober 2019 wurde durch den Gläubigerausschuss das endgültige «Aus» der Firmen Kettler Freizeit GmbH und Kettler Plastics GmbH beschlossen und die Mitarbeiter hierüber am 14. Oktober 2019 informiert. Die Produktion soll zum Jahreswechsel 2019/2020 eingestellt werden.

Spinning / Indoor Cycling – Totgesagte leben länger!

Teil 1

Als Erfinder des Spinning gilt der südafrikanische Radrennfahrer Jonathan «Jonny G» Goldberg. Goldberg befand sich gerade in der Vorbereitung auf das 3'100 Meilen lange «Race across America», eine der härtesten Radtouren der Welt, als er bei einem nächtlichen Training nur knapp dem Unfall-Tod entkommen konnte. Der damals 31-Jährige entschloss sich daraufhin, seine Vorbereitung von nun an hauptsächlich in den eigenen vier Wänden durchzuführen. Sein selbst kreiertes Trainingsprogramm fand bei Freunden und Nachbarn zunehmend Anklang, denn beim Spinning konnte man effektiv und risikoarm etwas für die Gesundheit tun. In den folgenden Jahren optimierte Goldberg sein Indoor-Training immer weiter und kombinierte es mit Musik — Anfang der 1990er Jahre entstand schliesslich das heutige Spinning. War Goldberg zu Beginn seines Indoor-Trainings noch mit einem herkömmlichen Strassen-Bike auf dem Laufband geradelt, konnte er nur vier Jahre später mit seinem Geschäftspartner John Baudhuin das erste kommerzielle Spinning-Bike auf den Markt bringen. Im Jahr 1994 gründeten die beiden schliesslich die Firma «Mad Dogg Athletics» und liessen sich den Begriff Spinning als geschützte Marke eintragen.

Die Geschichte des Indoor Cyclings

1994: Johnny G. präsentierte seine Idee Schwinn. Schwinn gehörte damals zur Scott Gruppe mit Sitz in Boulder, Colorado und Givisiez, Fribourg. Erstes Bike in der Schweiz: Urs Mosimann präsentierte den Hochschulsportlehrern des ASVZ in Zürich einen Prototypen.

1995: Lancierung an der IHRSA in den USA und an der FIBO in Essen.

12./13.Juni 1995: Weltweit erste Ausbildung zum Spinning Instructor in München. Vier Schweizer Teilnehmer: Theres Mosimann, Markus Egli, Urs Mosimann, Osi Scherrer. Innerhalb eines Jahres wurde Spinning, dank der Stärke des Fahrradherstellers Scott, auf allen Kontinenten angeboten.

13. bis 21.April 1996: Die erste internationale Master Instructor Ausbildung mit Johnny G. und Joelle Mancuso fand in Gstaad statt. Acht Teilnehmer, die Schweiz wurde durch Theres Mosimann vertreten. Sie wurde danach Director of International Training und entwickelte mit ihrem Team die Spinning und später die SchwinnCycling Ausbildung. Sie behielt diese Position zehn Jahre lang.

Bis 2000 wurden vom Schweizer Office aus weltweit (ausser USA und Kanada) über 20'000 Instruktoren zum Johnny G. Spinning Instructor ausgebildet, wobei pro Zweitageskurs maximal 20 Teilnehmer akzeptiert und somit die Qualität hochgehalten wurde. In keinem anderen Land Europas wurden so viele Instruktoren aus- und weitergebildet (pro Kopf der Bevölkerung) wie in der Schweiz, primär im Fitness Zentrum Wetzikon von Ariane und Markus Egli, aber auch in der Westschweiz und im Tessin.

Rechtsstreit zwischen Spinning und Schwinn. Gründung von SchwinnCycling. Einige erfolgreiche Länder (z. B. Italien) setzten auf Spinning, die meisten auf SchwinnCycling, inklusive der Schweiz.

Parallel zur Steuerung der internationalen Aktivitäten aus der Schweiz, baute ▶

Anzeige

STAGES CYCLING

STAGES POWERMETER – WISSEN IST POWER

- Exakte Watt-Messungen
- Vom Team SKY erprobt

STAGES BIKES – INDOOR CYCLING MIT OUTDOOR FAHRGEFÜHL

- STAGES EcoSCRN Anzeige
- CarbonGlyde Riemenantrieb
- Fitloc Einstellung

STAGES FLIGHT – EINEN SCHRITT IN DIE ZUKUNFT

- Bessere Auslastung der Indoor Bikes
- Revolutionäres Indoor Cycling Erlebnis

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

Master Instructor Camp in Spanien (2000). Dieses Team bildete in 5 Jahren 20'000 Instruktoren aus

Markus Egli mit seiner Firma SYS-Sport Spinning und später SchwinnCycling in der Schweiz auf. Das enorme Engagement, die Passion und Geschicke von Markus Egli führten zu einem wahren Boom, welcher noch zehn Jahre nach Einführung anhalten sollte. Organisation von zahlreichen Events, Vertrieb einer kompletten Kleiderkollektion für IC-Fans, monatliche Ausbildungen und Informationsseminaren waren nur ein Teil seiner Aktivitäten, welche voll auf Indoor Cycling fokussiert waren.

Nach der Anfangsphase kamen in der Schweiz zuerst Jochen Müller und dann Robi Ambrosini, Beni Treier und Bruno Juhasz als Master Instruktoren dazu. In den letzten Jahren arbeitete mit Markus Mengert ein weiterer Master Instructor «der ersten Stunde» am weiteren Ausbau der SchwinnCycling Ausbildung.

Wege zum Erfolg

Scott hatte den Fahrradhersteller Schwinn übernommen und damit eine Fitness-Division quasi mit dazu bekommen. Mit Johnny G und Spinning sah man bei Scott die Möglichkeit, hier wirklich etwas Neues zu lancieren — es ging vor allem darum, die Emotionen rüberzubringen und ein einzigartiges Erlebnis für die Teilnehmer zu liefern. Zudem war die Synergie mit dem Kerngeschäft, dem Fahrradhandel, gross.

Zum Erfolg führten sicherlich auch die finanziellen Möglichkeiten, bestehende eigene Logistik mit Zentrallagern in Europa und den USA, ein bestehendes Produkt-Management für Kleider, Taschen, Schuhe sowie Marketing Know-how, insbesondere im Bereich Event-Management und Racing-Teams. Und vor allem, hundertprozentiger Fokus auf diesen Bereich! Das differenzierte Schwinn klar von der Konkurrenz.

Gründe für den Flopp

Nach zirka 10 Jahren hatte der Trend — nicht nur in der Schweiz — massiv nachgelassen. Einige Fitnesscenter hatten sogar ihre Spinning- respektive Indoor Cycling (IC) Anlagen abgebaut. Dafür gab es mehrere Gründe, wobei die Tatsache, dass sich Mad Dogg Athletics und Schwinn zerstritten hatten und ab 1998 getrennte Wege gingen, nicht ausser Acht zu lassen ist.

- Jeder Mega-Trend flacht nach einer gewissen Zeit ab. Dies war bei Aerobic, Step etc. genauso.
- Der Spirit wurde durch diverse Distributionswechsel verwässert und der Markt wurde stärker fragmentiert, die Ingenieure der Spinning und Schwinn Bikes lancierten die Marke Stages — einen zusätzlichen Anbieter. Schwinn wechselte Distributor, Precor sicherten sich die Markenrechte von Spinning, welche vorher bei StarTrac lagen. Matrix lancierte ein eigenes Bike, ebenso Technogym. Schlussendlich viele Produkte, aber wenige geballte Power und kaum Investitionen um die Gesamtbewegung weiterzubringen.
- IC war in einer Sichtweise die «Emanzipation» des Ausdauertrainings in den Fitnesscentern. Es hatte intensives Ausdauertraining salonfähig und wünschenswert gemacht. Parallel zur Entstehung des IC (ab 1995) hatte sich aber auch der Mountain-Bike-Trend etabliert. Somit wurde die IC-Saison immer kürzer, weil die Leute so rasch wie möglich outdoor radeln gehen wollten.
- Platzproblem: Wenn ein Studio nur einen Groupfitness-Raum hat, so wird die Kohabitation mit IC auf Dauer schwierig bis lästig. Entweder es ist möglich, IC in einem separaten Raum anzubieten, oder man verzichtet darauf. Zusammen mit dem Problem der kurzen Saison hat dies vielerorts zur Abschaffung des IC-Angebotes geführt.
- Die Clubs wurden träge und haben den Bereich Spinning / Indoor Cycling stiefmütterlich behandelt. Gleichzeitig haben die Clubs, welche etwas Besonderes (Instruktoren, Ambiente, Angebot, Vermarktung) bieten, Erfolg. Und, sie holen die jüngeren Generationen ab, wogegen beim klassischen Fitnessclub immer die gleichen Teilnehmer in die Stunden kommen und diese mittlerweile 20 Jahre älter sind.
- Stadt vs. Land: IC sich hat primär in grossen Städten oder urbanen Umgebungen gehalten. Dort also, wo es aufwändig ist, outdoor zu radeln, bzw. wo es viel zeitsparender ist, im Studio zu cyceln.

Der besondere Reiz (damals und heute)

Wer es wagt, etwas Besonderes anzubieten, wird dafür viel Energie brauchen. Allerdings werden dadurch fasst unbewusst Einstiegshürden aufgebaut, welche es einem Konkurrenten beinahe verunmöglichen, auf den erfolgreichen Zug ▶

1996 erste Master Instructor Ausbildung (mit Erfinder Jonny G. und John Baudhuin von MDA/Spinning)

SCHWINN AC Power und SC Power im POWER SALE

Diese Bikes bieten die Möglichkeit Deine Trainingsfortschritte detailliert zu verfolgen. Ausgestattet mit den besten Funktionen, wie dem präzisen 4iiii®-Kurbelarm-Leistungsmesser die neue Echelon 2G-Konsole mit Generator, sowie die kostenlose neue Schwinn Motosumo App als zusätzlicher Mehrwert für Dich und Deine Kunden.

Profitiere auch Du von den Schwinn AC/SC Power Sonderpreisen - jetzt auf www.ratio.ch.

STAR TRAC · StairMaster · NAUTILUS · SCHWINN

CORE HEALTH & FITNESS

ratio

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

aufzuspringen. Indoor Cycling hat grundlegende Vorteile: Jeder kann mitmachen, die Bewegungsausführung ist sehr einfach. Indoor Cardiotraining ist zwar grundsätzlich monoton — aber mit guten, motivierenden Instruktoren, der Gruppenatmosphäre und der Musik macht es riesig Spass und die Zeit vergeht blitzschnell. Und bei welcher anderen Ausdauerdisziplin können unterschiedlich fitte Teilnehmer zusammen trainieren und alle ein optimal effizientes Resultat erzielen bzw. in Ihrem individuellen Intensitätsbereich trainieren?

Fokus und das Kreieren eines Erlebnisses sind der Schlüssel. Wer das macht hat Erfolg! Dass dem so ist, kann nachgewiesen werden. In den USA war Spinning nie so erfolgreich wie in Schweden, Italien, Brasilien oder auch in der Schweiz. Nun haben Quereinsteiger die Chance gepackt, mit dem Werkzeug «Bike» ein einmaliges Erlebnis zu gestalten und dafür überdurchschnittlich viel Geld zu verlangen: Mit SoulCycle ist der Grundstein zur nächsten Erfolgswelle von Indoor Cycling gelegt.

Geht der Trend an den Fitnesscentern vorbei?

Seit neuestem ist Spinning bzw. Indoor Cycling weltweit wieder im Trend. Immer mehr innovative Konzepte kommen auf den Markt. Auch an der Schweiz geht diese Entwicklung nicht vorbei: In Zürich zum Beispiel gibt es mindestens zwei Formate, welche sich rein aufs IC beschränken: SparkCycle und Velocity. Zudem gibt es immer noch viele Studios, welche IC-Gruppenkurse anbieten, und es gibt wohl wenige Studios, welche nicht ein oder mehrere IC-Bikes in ihrem Cardio-Bereich führen. Auch existieren nach wie vor beliebte, jährlich stattfindende Events, mit 100 oder mehr Bikes: z. B. Passion & More oder Cycling Dreiländereck.

Doch die Fitnesscenter schlafen noch und verfügen teilweise über veraltetes Equipment. Deshalb müssen sich in naher Zukunft einige Fitnesscenter-Betreiber die Frage stellen: Investieren wir wieder in neue Bikes, in die Ausbildung der Instruktoren und ins Marketing oder entsorgen wir das alte Material und überlasse den aufkommenden Trend der Konkurrenz.

In der nächsten FITNESS TRIBUNE stellen wir Ihnen einige erfolgreiche Spinning / Indoor Cycling Konzepte vor.

Text: Roger Gestach mit Unterstützung von Urs Mosimann, Ariane und Markus Egli ■

Jonny G.

Ariane Egli

Robert Winzenried (SAFS)

JETZT ALS REFERENZANLAGE IN ÖSTERREICH & DER SCHWEIZ BEWERBEN & VORZUGSKONDITIONEN SICHERN

ICG® CONNECT

PERFORMANCE & ENTERTAINMENT IM INDOOR CYCLING

Gemeinsam einen langen Berganstieg meistern, in Etappen miteinander messen oder zusammen ein HIIT Workout absolvieren; ICG® Connect ermöglicht ein motivierendes Gruppentraining mit einer Vielzahl an Funktionen. Es verbindet klassisches Indoor Cycling mit modernster Technologie sowie Performance mit Entertainment.

JETZT ERLEBEN

Battle
Für kurzfristigen, gesunden Wettkampfcharakter.

Leaderboard
Zur Anzeige des Rankings der Teilnehmer.

Athlete View
Um weitere Trainingsdaten der Gruppe anzuzeigen.

Team Points
Eine Einheit zur Darstellung der Gruppenleistung.

Life Fitness Europe GmbH, Neuhofweg 9, 85716 Unterschleißheim
Web: www.lifefitness.com **E-Mail**: marketing.dach@lifefitness.com

Life Fitness

Interview Lara Gut-Behrami

Sie gehört seit vielen Jahren zu den besten Skifahrerinnen der Welt, ist Mitglied der Nationalmannschaft von Swiss-Ski und geht als Allrounderin in allen Disziplinen an den Start. Ihre Stärken liegen in den schnellen Disziplinen Abfahrt und Super-G. Lara Gut-Behrami gewann bisher fünf Medaillen bei Weltmeisterschaften (dreimal Silber und zweimal Bronze) und eine Bronzemedaille bei den Olympischen Winterspielen 2014. Im Alpinen Skiweltcup konnte sie in der Saison 2015/16 die Gesamtwertung für sich entscheiden und sie hat bisher 24 Weltcuprennen gewonnen. 2008 war sie im Alter von 17 Jahren die bisher jüngste Siegerin eines Super-G-Weltcuprennens.

Lara Gut-Behrami hat bei sich zu Hause im Wallis einen eigenen Kraftraum von Technogym eingerichtet. Andrea Matteucci, Geschäftsführer von Fimex, hat zusammen mit Roger Gestach von der FITNESS TRIBUNE, die erfolgreiche Sportlerin besucht.

Roger Gestach im Gespräch mit Lara Gut-Behrami

RG: Lara, Du gehörst seit Jahren zu den besten Skifahrerinnen der Welt. Was ist dein Erfolgsgeheimnis?

LG: Der Erfolg ist ein Spagat zwischen Erfahrung und Sturheit, aber man muss trotzdem offen für Neues sein und ständig dazu lernen. Skisport ist Spitzensport pur. Nur wenige wissen, was dahinter steckt. Oft entscheiden nur Hundertstelsekunden über Sieg oder Niederlage. In der Theorie ist alles sehr einfach, auf dem Schnee ist es dann aber völlig anders. Beständigkeit ist für mich sehr wichtig, ich hatte über viele Jahre immer das gleiche Team um mich herum, habe jetzt aber nach 12 Jahren einen neuen Konditionstrainer. Im Spitzensport ist sehr wichtig, dass man immer wieder seine Komfortzonen verlässt, auch im Training.

RG: Du hast seit vielen Jahren ein privates Team, welches zwischendurch immer mal wieder in den Medien in der Kritik steht. Ist das private Team auch ein Teil deines Erfolges?

LG: Skifahren ist ein sehr individueller Sport, jede Sportlerin ist ganz anders. Ich kam mit 17 Jahren in den Weltcup und war damals die jüngste Fahrerin,

welche in allen Disziplinen fuhr. Es war für den Verband mit so vielen Athletinnen gar nicht möglich, auf meine individuellen Bedürfnisse einzugehen. Deshalb gründeten wir unser privates Team. Wenn die Resultate stimmen, dann ist auch mein privates Team für die Medien kein Problem. Wenn die Resultate mal ausbleiben, wird es sofort wieder zum Thema. Mein privates Team hat aus meiner Sicht aber einen sehr grossen Anteil an meinen bisherigen Erfolgen. Ich bin weiterhin von diesem Modell überzeugt. Ein Blick auf die Gesamtweltcupsiegerinnen der letzten Jahre gibt mir Recht. Seit 2013 triumphierten mit Tina Maze, Anna Veith, Mikaela Shiffrin und mir immer Fahrerinnen aus einem Privatteam.

RG: Welche Bedeutung hat das Krafttraining für Dich?

LG: Das Krafttraining hat für mich eine sehr grosse Bedeutung, es ist eine der wichtigsten Grundlagen, um überhaupt erfolgreich Skifahren zu können. Zudem ist es für die Regeration sehr wichtig. Ich habe schon sehr früh mit Krafttraining angefangen. Mein Vater hatte in einem alten Stall einen eigenen Kraftraum gebaut, wo ich trainierte. Dieser war anfangs auch sehr improvisiert, zum Beispiel baute mein Vater die Geräte noch selber und die Gewichte waren alle Secondhand.

RG: Wie trainierst Du deine Kraft?

LG: Skifahren ist ein Spitzensport und verlangt sehr viel Kraft. Man muss sich vorstellen, dass man bei einem Rennen eine Schwerkraft von 300 bis 400 Kilo auf jedem Bein hat. Man ist beim Skifahren aber nicht stärker als das Material und eine Fahrt dauert 1:30 Minuten. Ich trainiere daher im Sommer jeden zweiten Tag meine Kraft. Ich trainiere aber nicht nur meine Beine, sondern immer den ganzen Körper. Würde man das Oberkörpertraining weglassen, gäbe dies sehr schnell Rückenprobleme bei den sehr hohen Belastungen beim Skifahren. Auch im Winter mache ich regelmässig Krafttraining.

RG: Wie sieht es mit Ausdauertraining aus?

LG: Im Sommer mache ich an einem Tag Kraft- und am anderen Tag Ausdauertraining. Nach Möglichkeit trenne

ich Kraft- und Ausdauertraining. Beim Ausdauertraining bevorzuge ich Joggen oder einen Skiergometer. Komischerweise passt Velofahren für mich nicht. Wenn ich auf dem Velo war, dann kann man mich anschliessend auf dem Schnee nicht mehr brauchen.

RG: Du hast einen neuen Konditionstrainer. Was macht er anders?

LG: Mein neuer Konditionstrainer Alejo ist aus Spanien und war vorher Kondi-Coach beim spanischen Ski-Verband und in den letzten drei Jahren für die norwegischen Frauen zuständig. Im Gegensatz zu meinem früheren Konditionstrainer ist Alejo immer vor Ort dabei. Ich wollte einen neuen Input bei der physischen Vorbereitung und dies ist mit ihm auf jeden Fall auch so.

RG: Welchen Bezug hast du zur Marke Technogym?

LG: Da ich viel unterwegs bin, schaue ich immer, dass ich auch in Hotels die Gelegenheit habe, mich fit zu halten. Dabei trifft man natürlich sehr häufig die Geräte von Technogym an. Als ich nach einer Verletzung meine Reha im Fitnessraum von Udinese, wo mein Mann Fussball spielte, absolvieren konnte, trainierte ich dort ebenfalls auf Technogym-Geräten, weshalb ich dann auch zu Hause meinen eigenen Kraftraum mit diesen Geräten einrichten wollte. Zudem trainiert meine Freundin und Konkurrentin aus Österreich, Anna Veith, auch auf Technogym und sie hat mir die Marke empfohlen.

RG: Was sind deine Saisonziele für diesen Winter?

LG: Ich möchte natürlich immer gewinnen, nehme mir aber nicht primär einen konkreten Rang als Ziel vor. Immer sehr schnell fahren, gute Schwünge absolvieren und mich von Rennen zu Rennen zu steigern, sind meine Ziele. Ich fahre in dieser Saison rund 30 Rennen.

RG: Merkst Du jeweils beim Rennen wie es Dir läuft?

LG: Ich merke bereits während dem Rennen, ob ich im Flow bin oder eben nicht. Und somit weiss ich oft schon vor dem Zieleinlauf, ob ich vorne dabei bin oder nicht.

RG: Wie lange möchtest Du Deine Karriere noch weiterführen?

LG: Ich bin jetzt seit 12 Jahren im Weltcup unterwegs und kein bisschen müde. Solange ich noch so motiviert bin wie jetzt, mache ich weiter. 2021 ist die WM in Cortina d'Ampezzo, 2022 die Olympiade und 2023 wieder WM. Hier möchte ich auf jeden Fall noch dabei sein, solange ich fit bin und ohne Schmerzen starten kann.

RG: Machst Du auch mal eine Trainingspause?

LG: Dieses Jahr konnte ich keine Pause machen, da ich mich verletzt hatte und in der eigentlichen Pausenzeit meine Reha machen musste. Normalerweise gibt es aber in den Monaten April und Mai auch mal eine Trainingspause.

RG: Was hast Du sonst noch für Pläne?

LG: Irgendwann möchte ich Kinder. Da mein Mann aber schon Kinder hat, die oft bei uns sind, haben wir es nicht so pressant. Aktuell bauen wir in Italien ein neues Haus, wo wir dann auch hinziehen werden. Selbstverständlich werden wir dort auch wieder einen schönen eigenen Trainingsraum von Technogym einrichten. Mein Mann trainiert ebenfalls sehr gerne auf diesen Geräten. ■

SOLUTION

innovative software

WIR SIND SO VIEL MEHR ALS NUR SOFTWARE!

SOFTWARE. DIE FREIRÄUME SCHAFFT.

Die Software mit der du die gesamte Mitgliederverwaltung und den Zahlungsverkehr automatisierst. Mitgliedschaften werden online abgeschlossen und der Thekenverkauf kann ohne Personal - im Studio - durch verschiedene Automaten gesteuert werden. Nimm dir die Freiräume, die du für deine Mitglieder brauchst!

WWW.EASYSOLUTION.EU

Laden im App Store

JETZT BEI Google Play

Volle Kraft voraus: Migros Zürich weiter auf Wachstumskurs

Die Migros Zürich ist von den 10 Genossenschaften die am stärksten vertretene Genossenschaft im Fitnessbereich. Zur Migros Zürich zählen 7 Fitnessparks in und um Zürich sowie das Tochterunternehmen Activ Fitness. Activ Fitness ist die grösste Fitnesskette der Schweiz und betreibt knapp 70 Anlagen im Grossraum Zürich, aber auch in der Westschweiz und im Tessin.

Neu hat die Migros Zürich die 15 MFIT-Studios der Migros Ostschweiz und den Fitnesspark Winterthur «Banane» übernommen. Die Migros Zürich ist im Fitnessmarkt auch in Deutschland vertreten, unter dem Namen ACISO betreibt sie 7 Elements Fitness- und Wellnessanlagen und berät Fitnessunternehmen europaweit. Der Mann hinter all dem ist René Kalt. Er ist seit über 24 Jahren bei der Migros Genossenschaft Zürich tätig. Dort ist er der Direktionsleiter der Freizeitanlagen und Geschäftsführer der ACISO GmbH.

Roger Gestach sprach mit René Kalt.

RG: René, herzliche Gratulation für den Kauf von MFIT. Es wurde schon seit längerem spekuliert, dass MFIT von Activ Fitness übernommen wird, somit erstaunt dieser Deal nicht. Was aber erstaunt, ist dass ihr komplett alle MFIT-Studios übernehmt, zudem noch den Fitnesspark in Winterthur. Wie ist es dazu gekommen?

RK: Die Genossenschaft Migros Ostschweiz hat sich im Rahmen eines internen Optimierungsprozesses entschieden, sich auf ihre Kernkompetenzen zu fokussieren. In diesem Zusammenhang kamen die MFIT Studios und der Fitnesspark Winterthur auf den Markt. Die gute Zusammenarbeit der vergangenen Jahre, MIGROS als gemeinsamer Absender und die örtliche Nähe haben sicherlich geholfen, dass wir als Käufer bevorzugt wurden.

RG: Wie ist die Übernahme von MFIT bei den betroffenen Mitarbeitenden aufgenommen worden?

RK: Die Gespräche mit den Mitarbeitenden verliefen grundsätzlich sehr positiv. Sicherlich war es für viele Mitarbeitende eine Erleichterung, dass sie in der Migros Gruppe verbleiben.

RG: Mit der Übernahme der 15 MFIT-Studios in der Ostschweiz baut Activ Fitness die Führung als grösste Fitnesskette der Schweiz weiter aus. Welche zukünftigen Wachstumspläne habt ihr mit Activ Fitness noch?

RK: Der Tatsache geschuldet, dass Fitnesstraining mehr und mehr an Bedeutung gewinnt und einen hoch effizienten Beitrag zur persönlichen Gesundheit leistet, gehen wir von einem natürlichen Wachstum im Markt aus. Wenn man zudem die Reaktionsquote der führenden europäischen Länder, die gemäss European Health & Fitness Market Report 2019 mit Norwegen (21,4%), Schweden (21,6%) oder Dänemark (18,6%) deutlich über der Schweiz liegen (13,4%), gibt es noch ein deutliches Potential nach oben. Hätte die Schweiz 18 Prozent Reaktionsquote, bei durchschnittlich 971 Mitgliedern pro Studio (gemäss European Health & Fitness Market Report 2019), hätten wir noch ein Studiopotential von über 400 Studios. Daher, um Deine Frage kurz und knapp zu beantworten, ja, wir haben noch Wachstumspläne.

RG: Nun gehört auch der Fitnesspark «Banane» in Winterthur zu Euch. Wie zufrieden bist Du, dass dieser nun zur Genossenschaft Migros Zürich gehört

und somit in Euren Centerverbund aufgenommen werden kann?

RK: Ja, ich bin glücklich. Einerseits weil die Studios und Mitarbeitenden in der Migros-Welt bleiben und andererseits, weil in der Wahrnehmung unserer Mitglieder Winterthur Teil des Zürcher Verbunds ist. Auch aus Kundensicht ist es ein deutlicher Mehrwert, da viele unserer Kunden zwischen Winterthur und Zürich pendeln und sie jetzt von 8 Fitnessparks im Kanton Zürich profitieren.

RG: Ihr schliesst in Zürich den Fitnesspark Münstergasse und eröffnet anderseits den Fitnesspark Stadelhofen. Weshalb dieser Wechsel und wieso verzichtet Ihr auf das Hamam?

RK: Bellevue und Stadelhofen gehören zu den höchst frequentierten Orten in Zürich, ein echter Hotspot. Die Chance, in unmittelbarer Nähe ein Fitnesspark zu bauen, wollten wir nicht an uns vorbeiziehen lassen. Für den Kunden erzielen wir mit diesem Schritt eine noch höhere Convenience und Nähe. Auch die Tatsache, dass das Mietverhältnis an der Münstergasse 2020 endet, war Anlass sich standorttechnisch neu zu orientieren. Als

Hamam-Pioniere haben wir vor fast 20 Jahren das erste Hamam in Zürich eröffnet. Der grosse Erfolg, den wir mit dem Hamam feiern durften, hat auch viele Nachahmer hervorgerufen. Mittlerweile gibt es diverse Anbieter mit vergleichbaren Angeboten. Schliesslich wollen wir uns auch verstärkt auf unsere Kernkompetenz Fitnesstraining fokussieren.

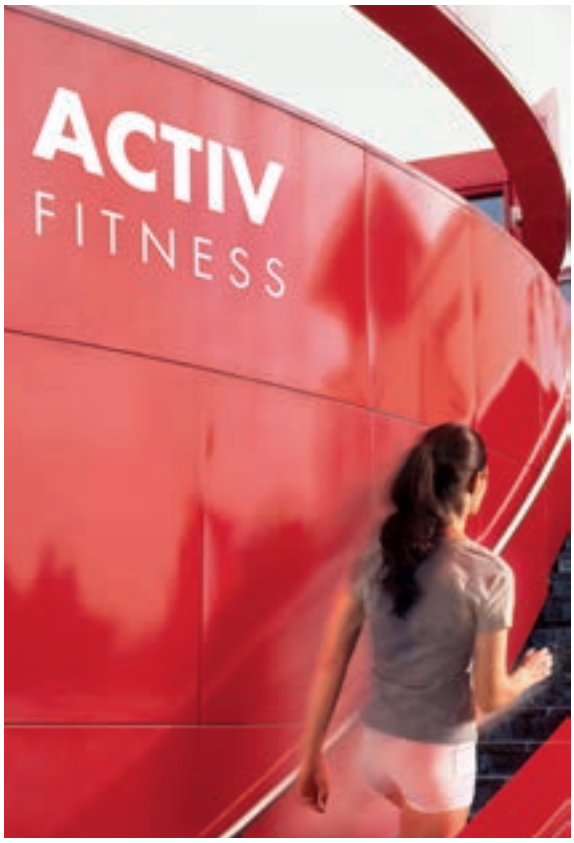
RG: Auf dem ACISO-Kongress in Kassel wurde präsentiert, dass die 7 Elements-Center in Deutschland die Marke von 25'000 Mitglieder überschritten haben, was im Schnitt 3'500 Mitglieder pro Center entspricht und daher doch eine beeindruckende Zahl ist. In unserem letzten Gespräch hattest Du gesagt, dass Ihr Euch bei Elements noch immer in der Konsolidierungsphase befindet. Habt Ihr diese nun abgeschlossen und seid Ihr an der Planung von neuen Standorten in Deutschland?

RK: ACISO, die neu geschaffene Unternehmung, entstand durch die Fusion ▶

von Inline GmbH, Greinwalder & Partner GmbH und Migros Freizeit Deutschland GmbH (ELEMENTS). Dieses neue Unternehmen muss jetzt seine strategische Ausrichtung definieren. Diese wird aktuell erarbeitet und wird auch eine Antwort auf Deine Frage geben.

RG: Eben erst fand ja der ACISO-Kongress in Kassel statt, wo Ihr 1'050 Besucher hattet. Wie fandest Du diese «erste» Ausgabe seit der Fusion von Inline und Greinwalder? Was waren für Dich die Highlights?

RK: Mein Highlight war, dass sich das Unternehmen, formiert aus drei Einzelunternehmen, als starke Gemeinschaft präsentiert hat. Die Vielseitigkeit der Referate, die Convention und die Präsentation unserer Partner haben hervorragend zusammengespielt und hohe Professionalität ausgestrahlt. Es war ein klares Zeichen an die Branche, dass das Unternehmen ACISO die Führungsrolle eingenommen hat und weiter ausbauen wird. Themen werden hier gesetzt und ausgefüllt. Auch war unter den Teilnehmenden grosse Zuversicht spürbar und wir erhielten durchwegs sehr positive Rückmeldungen.



RG: Seit der Fusion zu ACISO sind nun 300 Tage vergangen. Wie zufrieden bist Du über den Fortschritt der geplanten Verschmelzung der beiden Unternehmen?

RK: Die Zusammenführung der Mitarbeitenden, die unterschiedlichen Kulturen, die Produkte, die Prozesse und Leistungen aber auch die örtliche Zusammenführung konnte in Rekordzeit bewältigt werden. Dies hat die neue Unternehmung in den letzten Monaten intensiv beschäftigt und gefordert. Die neu formierte Unternehmung verfügt über grosses Wissen, ein herausragendes Produktportfolio und erfolgreiche Dienstleistungen, mit denen sie den Herausforderungen des Marktes bestens begegnen kann. Wir haben jetzt ein historisches Momentum und wir können die Fitnessbranche massgeblich gestalten. Sie steht als Wegweiser für einen gesunden Lebenswandel und für täglich besser leben.

RG: Da nun Activ Fitness der grösste Fitnessanbieter der Schweiz ist und alle drei Landesteile abdeckt, wäre es da nicht an der Zeit, die ganzen unterschiedlichen Fitnessformate der Migros unter einen Hut zu bringen, sprich zu konsolidieren?

RK: Die Migros ist genossenschaftlich organisiert und daher bestehen Genossenschaftsgrenzen, die wir selbstverständlich respektieren. Trotzdem prüfen wir in individuellen Gesprächen laufend mögliche Zusammenarbeiten.

RG: Ganz herzlichen Dank für das Interview. ■

SENSOPRO

KOORDINATION
SWISS MADE
VIDEO K
BIZEPS
REHABIL TATION
GLEICHG EWICHT
PERFOR ANCE
FITNESS
STURZPR NTION
ÜBERTE ERT
GELENK REUNDLICH
PRÄVENT ON
SPERRIG
SPITZEN PORT
RFID

www.sensopro.swiss

Mit Technogym Angriff auf die Kristallkugel

Auf Stephanie Venier werden in der Speed-Saison viele Augen gerichtet sein. Nach ihrem ersten Weltcupsieg und Platz 2 in der Abfahrtswertung erwartet mancher Experte einen weiteren Schritt nach vorne. Bedeutet: Kugelanwärterin in Abfahrt und Super-G.

Für die Tirolerin eine logische Schlussfolgerung: «Die letzte Saison ist gut gelaufen. Eine kleine Kugel ist das Ziel, um die zu gewinnen braucht man Siege. Ich arbeite für meine Ziele und stecke mir die bewusst hoch.»

An die Weltspitze mit Technogym

Um diese zu erreichen, will Venier Bewährtes mit neuen Impulsen kombinieren. «Man sagt doch Never change a winning system, oder?», so die 25-Jährige, die an der gewohnten Vorbereitung festgehalten hat, inklusive Übersee-Wochen in Chile und Training im Innsbrucker Olympiazentrum. Mit den Kollegen dort beschritt sie aber doch auch neue Wege — mit dem Rennrad — und nahm am «Dolomitenrennen» teil. 112 km, 2000 Höhenmeter, rund vier Stunden brauchte sie: «Das war eine tolle Erfahrung. In dem Pulk zu fahren, war voll motivierend.»

Neu ist auch die Kooperation mit Technogym. Um noch professioneller trainieren zu können, dockte sie wie zuvor bereits Anna Veith, Nicole Schmidhofer und andere Wintersport-Grössen im hochkarätigen Team der Technogym-Markenbotschafter an: «Mir taugt das Motto: Champions trainieren mit Technogym, das ist ein super Ansporn für den kommenden Winter. Ich bin körperlich so fit wie noch nie, im Sommer ist richtig viel weitergegangen, ich konnte alle Trainingsziele erreichen — auch dank der Partnerschaft mit Technogym.»

«Steffi strahlt Exklusivität aus»

Für Gottfried Wurpes, CEO von the fitness company und seit mehr als 25 Jahren Repräsentant von Technogym in Österreich, ist Venier eine perfekte Markenbotschafterin. «Stephi ist nicht nur sportlich sehr erfolgreich, sie hat auch ein gutes Gespür für Design und Optik — und sie strahlt Exklusivität aus. Alles Faktoren, die für eine hochwertige Marke wie Technogym sehr wichtig sind.»

Den Technogym-Schriftzug wird Venier auf Helm, Kappe und Haube tragen. «Ich bin sehr modebewusst, Optik ist mir wichtig. Der neue Look ist richtig schön, mein Helm glitzert und funkelt.» Auch deshalb sei die Partnerschaft mit dem italienischen Weltmarktführer perfekt: «Bei Technogym gehen Funktionalität und Design Hand in Hand. Das passt zu meiner Herangehensweise.»

Skillbike als ständiger Begleiter

In Sachen Training will sie mithilfe des italienischen Weltmarktführers einen weiteren Schritt nach vorne

machen. Womöglich den entscheidenden. Gemeinsam wurde ein Set-Up erarbeitet, damit die passionierte Schnellfahrerin auch daheim die perfekten Trainingsbedingungen vorfindet. Gottfried Wurpes: «Stephi soll die Möglichkeit haben, immer und überall auf höchstem Niveau trainieren zu können.»

Angetan hat es Venier besonders das Skillbike: «Der Ergometer ist mein ständiger Begleiter, im Sommer und im Winter. Es ist das perfekte Tool für mein Ausdauertraining und die Regeneration.»

Die Basis ist mit dem Sommertraining gelegt. Ganze 16 Speedrennen stehen in der Saison 2019/20 auf dem Programm. In einem Winter ohne WM oder Olympia stehen Weltcup-Kugeln im Mittelpunkt. «Die Motivation ist auf alle Fälle da, ob mit oder ohne Grossereignis», versichert das Speed-Ass. Eines ist gewiss: Viele Augen werden auf Stephanie Venier gerichtet sein.

Mit Technogym an die Weltspitze

Die Scheinwerfer strahlten hell am Golden Carpet der Lotterien Sporthilfe-Gala, mit dem Lächeln von Verena Preiner konnten sie an diesem Abend aber nicht konkurrieren. Die Oberösterreicherin wurde in der Marx-Halle in Wien als «Aufsteigerin des Jahres» ausgezeichnet.

Der krönende Schlusspunkt unter eine Traum-Saison. «Ich bin wirklich stolz auf diese Auszeichnung. Es ist verrückt, was ich in diesem Jahr alles geschafft habe. Aber diese Trophäe macht mich unglaublich stolz», so die 24-Jährige, die auch in der Stunde des Triumphes wusste, bei wem sie sich bedanken muss.

«Ohne meine Familie, meinen Trainer Wolfgang Adler und viele starke Partner hätte ich es bis hierhin nicht geschafft. Dank Technogym finde ich daheim und im Olympiazentrum auf der Linzer Gugl perfekte Bedingungen vor», so Preiner in ihrer Dankesrede, mit der seit diesem Jahr nach Niki Lauda benannten Trophäe in Händen.

Erster Gratulant war Gottfried Wurpes, der als Repräsentant von Technogym in Österreich schon früh das Potenzial der Mehrkämpferin erkannt und sie in das hochkarätige Markenbotschafter-Team aufgenommen hat. «Verena passt perfekt zu unserem Motto Champions trainieren mit Technogym, weil sie einerseits in der Weltspitze angekommen ist und andererseits wirklich hart für ihre Erfolge arbeitet und stets auf der Suche nach Verbesserungspotenzial ist. Dabei werden wir sie auch in Zukunft unterstützen!»

Bereits im Juni stellte Preiner mit 6'472 Punkten einen neuen österreichischen Rekord im Siebenkampf auf, bei der Leichtathletik-Weltmeisterschaft in Doha jubelte sie über die Bronzemedaille und den Gewinn des Gesamt-Weltcups. Nun ist der Fokus voll auf die Olympischen Spiele 2020 ausgelegt, wo sie noch eines draufsetzen möchte. «Die Qualifikation schon in der Tasche zu haben, erleichtert einiges. Ich freue mich riesig auf meine Olympia-Premiere und denke, dass wir auf dem richtigen Weg sind.»

Coach Wolfgang Adler, ausgezeichnet als «Trainer des Jahres» sieht in der Entwicklung seines Schützlings das Ende noch lange nicht erreicht: «Wenn Verena gesund bleibt, dürfen wir uns viel erwarten. Unser Ziel ist die 7'000-Punkte-Marke!» Zur bes-

seren Einordnung: das ist zuvor erst vier Athletinnen überhaupt gelungen.

In der Kategorie «Sportlerin des Jahres» belegte Preiner Rang zwei, noch vor ihrer Technogym-Teamkollegin Nicole Schmidhofer. Auch bei den Herren hatten die Markenbotschafter des italienischen Premium-Herstellers von Fitnessgeräten mit Golfer Bernd Wiesberger einen Athleten in den Top-5. Bei den «Behindertensportlern des Jahres» wurde Paralympics-Sieger Markus Salcher auf Rang zwei gewählt.

«Herzlichen Glückwunsch an das gesamte Technogym-Team zu tollen Ergebnissen und ein grosses Danke für viele grossartige Sport-Momente. Wir stecken mitten in den Vorbereitungen auf die Olympischen Spiele 2020 in Tokio und hoffen, dass es dort für unsere Sommersportler ähnlich erfolgreich läuft», gratulierte Gottfried Wurpes seinen Athletinnen und Athleten.

Die BSA-Akademie ist ab sofort Ö-Cert-Qualitätsanbieter in der Erwachsenenbildung

Die Anerkennung unserer Qualitätsmassnahmen in Österreich hat einen Namen: Ö-Cert. Diese legt österreichweit Qualitätsstandards für Erwachsenenbildungsorganisationen fest und schafft Transparenz für Bildungsinteressierte und für Fördergeber/innen. Die BSA-Akademie ist als Ö-Cert-Qualitätsanbieter anerkannt und erfüllt damit die Kriterien des Ö-Cert-Qualitätsrahmens für die Erwachsenenbildung in Österreich.

Die BSA-Akademie bietet über 70 staatlich geprüfte und zugelassene Qualifikationen für die Zukunftsbranche Prävention, Fitness und Gesundheit. Der kombinierte Fernunterricht mit Fernlernphasen und kompakten Präsenzphasen an zwei Lehrgangszentren in Österreich (Innsbruck, Wien) bietet maximale Flexibilität.
Bei Fragen rund um das Thema Förderung erreichen Sie das BSA-Service-Center unter +49 681 6855 143 oder per E-Mail:
servicecenter@bsa-akademie.de

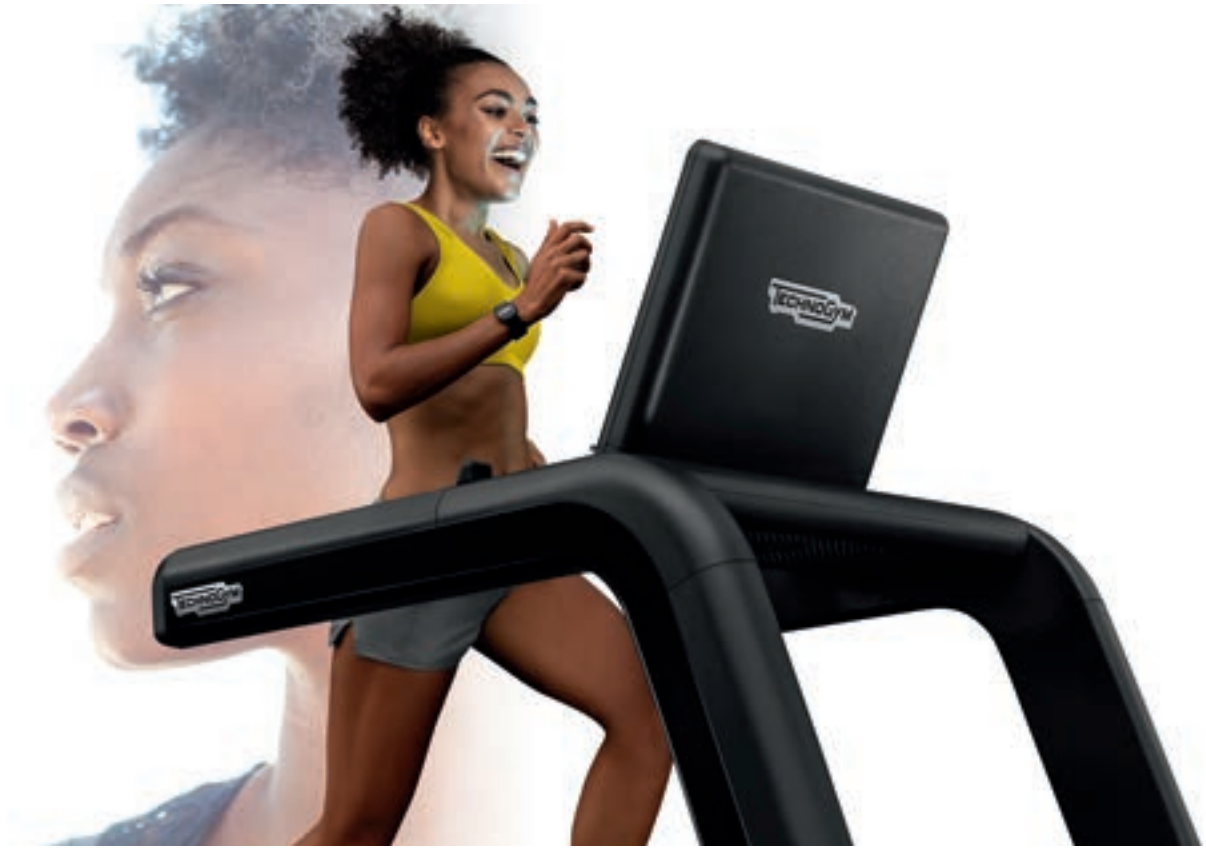
Neu im BSA-Lehrgangsangebot: «Yoga-Trainer/in-B-Lizenz»

Yoga ist mehr als «nur» Entspannung oder eine Form der Bewegung. Gefragt sind qualifizierte Trainerinnen und Trainer, die in der Lage sind, Yoga-Interessierten in Fitness- und Gesundheitsstudios die Yoga-Philosophie näherzubringen und ihnen ein effektives und sicheres Yoga-Training zu ermöglichen. Der neu entwickelte Lehrgang zur «Yoga-Trainer/in-B-Lizenz» der BSA-Akademie ermöglicht den Teilnehmern, Kunden in Fitness- und Gesundheitsstudios mit unterschiedlichen Trainingszielen und körperlichen Voraussetzungen für die Yoga-Praxis zu begeistern und verantwortungsvoll zu betreuen. Zur Einführung des Lehrgangs profitieren die Teilnehmer bei Anmeldung von einem Preisnachlass in Höhe von 25 Prozent auf die Lehrgangsgebühren sowie von einem attraktiven Yoga-Set.
www.bsa-akademie.de/yoga

Neuer Studiengang: Bachelor of Science Sport-/Gesundheitsinformatik

Technologie eröffnet neue Zukunftsperspektiven für Fitness- und Gesundheitsanlagen sowie für die Fitnessindustrie. Um den entstehenden Personalbedarf zu decken und es Unternehmen sowie Studiobetreibern zu ermöglichen, qualifiziertes Personal direkt im Betrieb auszubilden, bietet die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) ab dem Wintersemester 2020 den dualen Bachelor-Studiengang B. Sc. Sport-/Gesundheitsinformatik an. Der neue interdisziplinäre, technik- und gesundheitsorientierte, duale Studiengang ist der erste deutschlandweit, der Fachkräfte für die Digitalisierung des Sport-, Fitness- und Gesundheitsmarktes qualifiziert.
www.dhfpg.de/bsgi

Let's Move For a Better World: Kampf dem Bewegungsmangel!



Der Mensch ist von Natur aus ein Läufer — und kein Sitzer! Und dennoch sitzen grosse Teile der Bevölkerung viel zu häufig und zu lange. Im Auto, vor dem Computer oder auf dem Sofa. Die Folge: Bewegungsmangel gilt als ein wichtiger Auslöser von Herz-Kreislauf- und Stoffwechselerkrankungen.

Technogym sagt der körperlichen Inaktivität und dem Bewegungsmangel den Kampf an — und ruft zur globalen Kampagne Let's Move For a Better World auf. Von 16. März bis 4. April 2020 sammelt die ganze Welt wieder gemeinsam MOVEs — erstmals soll die Million bei den Teilnehmern geknackt werden.

«Die Begeisterung wächst von Jahr zu Jahr und geht dank modernster Technologien längst über die Fitnessbranche hinaus. Wir wollen darauf aufmerksam machen, welche Folgen ein inaktiver Lebensstil hat und wie Übergewicht in Industrieländern zunehmend zu einem sozialen und wirtschaftlichen Problem wird», so Gottfried Wurpes, CEO von the fitness company und Initiator der Kampagne in Österreich.

2019 wurden in Österreich in 31 Fitness-Einrichtungen rekordverdächtige 24 Millionen MOVEs — die Technogym-Einheit, um Bewegung zu messen — gesammelt, was einem Gewichtsverlust von mehr als 1'500 Kilogramm entspricht. Auch 2020 hat die stetig wachsende Let's Move For a Better World-Community die Möglichkeit, in allen teilnehmenden Fitness-Einrichtungen in ganz Österreich oder beim Training im Freien MOVEs zu sammeln.

Mitmachen ist kostenlos, aber nicht umsonst: Jeder MOVE, der in der mywellness-Cloud gespeichert wird, zählt! Ein Beispiel: Zehn Minuten auf dem Laufband bringen, je nach Alter und Fitness-Level zwischen 300 und 450 MOVEs.

Am Ende der Kampagne werden die MOVEs in ausgewählte Technogym-Produkte umgewandelt, die von den teilnehmenden Fitnessclubs an Schulen in ganz Österreich gespendet werden. Je aktiver die einzelnen Einrichtungen sind, desto mehr SKILL TOOLS werden übergeben, um den gesunden und aktiven Lebensstil auch bei der jungen Generation zu fördern.

Unterstützung erfährt die globale Kampagne von prominenten Botschaftern, wie den Olympiasiegerinnen Anna Gasser und Anna Veith oder den Fussballern des ÖFB-Nationalteams. «Wir wollen die Menschen inspirieren und zu einem aktiveren Lebensstil motivieren, mit dem Ziel, Österreich und die Welt wieder ein Stück gesünder zu machen», so ÖFB-Teamchef Franco Foda. Auch Anna Gasser freut sich auf die Kampagne: «Als Sportlerin ist es Teil meines Jobs, Menschen den Spass an Bewegung näher zu bringen und zu zeigen, welche positiven Nebeneffekte das hat.»

Die Anmeldung für Fitnessclubs ist bereits geöffnet. Neben der wichtigen sozialen Botschaft ist Let's Move For a Better World auch ein wirksames Instrument zur Aktivierung neuer Mitglieder und zur Kundenbindung. Durch das Engagement in den Sozialen Medien unter dem Hashtag #LetsMoveForaBetterWorld gibt es auch einen viralen Trainingseffekt.

Mehr Informationen zur Anmeldung, den teilnehmenden Fitnessclubs und die Kampagne gibt es hier:
www.technogym.com/letsmove

EFFEKTIVES TRAINING AUF KLEINSTEM RAUM

FÜR MEHR KRAFT, BEWEGLICHKEIT UND AUSDAUER

OLICROM
Sportechnology

KABELZUGPLATTFORM CQA-16

CableQuad ist eine fortschrittliche Functional Training Kabelzugplattform, modular, vielseitig, effizient und bemerkenswert anpassungsfähig. Eine Lösung für eine unbegrenzte Anzahl von Trainingsbedürfnissen:
Seilzug-Training, Personal-Training, Cross Fit, Suspension-Training, Zirkeltraining oder Gruppenübungen.

Das hochwertige System von multifunktionalen Trainingsmöglichkeiten wurde für eine maximale Stabilität mit einer standfesten und sicheren Rahmenstruktur entwickelt. Es bietet ein vielfältiges Training aller Muskelgruppen mit bi- und unilateralen Übungen, bei einer grösstmöglichen Bewegungsfreiheit.

Folgen Sie uns!

proxomed®
für eine gesunde Gesellschaft

Octane FITNESS

DIE NÄCHSTE GENERATION DER CROSSTRAINER

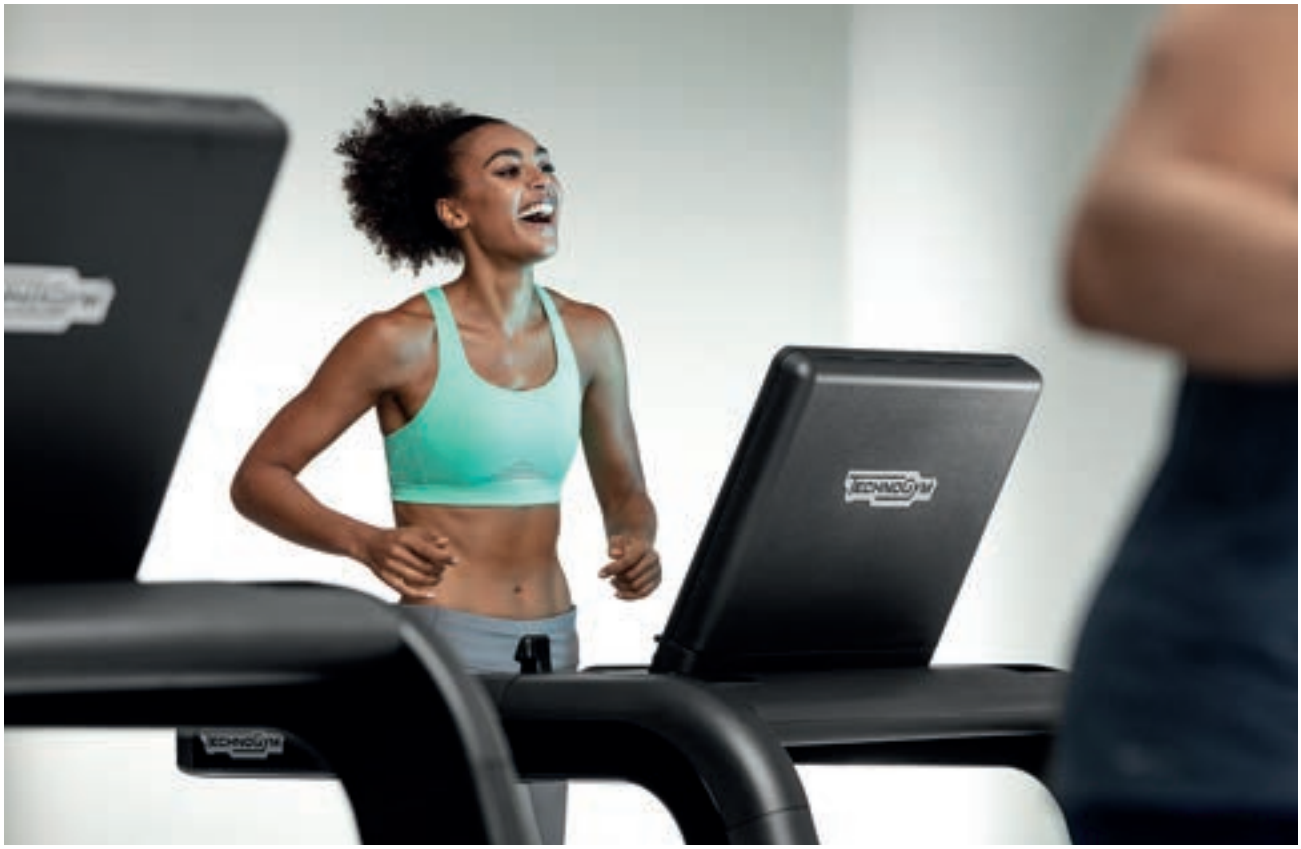
Maximieren Sie die Vielseitigkeit, Motivation und Begeisterung in Ihrem Cardio-Bereich mit diesem elliptischen All-in-One-Trainer, der alles kann.

Der XT ONE und der XT 3700 erfüllen alle Anforderungen und Fitnessniveaus auf kleinstem Raum, für individuelle Trainingseinheiten - egal ob zum Gehen, Laufen, Wandern oder Klettern.
30 Widerstandsstufen und 23 Trainingsprogramme stehen zur Verfügung, um die Intensität zu regulieren, unterschiedliche Muskeln anzusprechen und Erfolge voranzutreiben.

proxomed® Medizintechnik GmbH | Office Schweiz | Seestrasse 161 | 8266 Steckborn | Telefon +41 52 762 13 00 | www.proxomed.ch

ARTIS LINE – Neu konzipiert, um zu begeistern

Mit einer kompletten Auswahl an Cardio- und Kraftgeräten bietet Artis seit jeher ein aussergewöhnliches Fitnesserlebnis. Jetzt, mit neuen, einzigartigen Funktionen ausgestattet, ist die Artis-Linie noch besser geeignet, dem Benutzer ein optimales Training und dem Clubbetreiber beste Qualität zu garantieren.



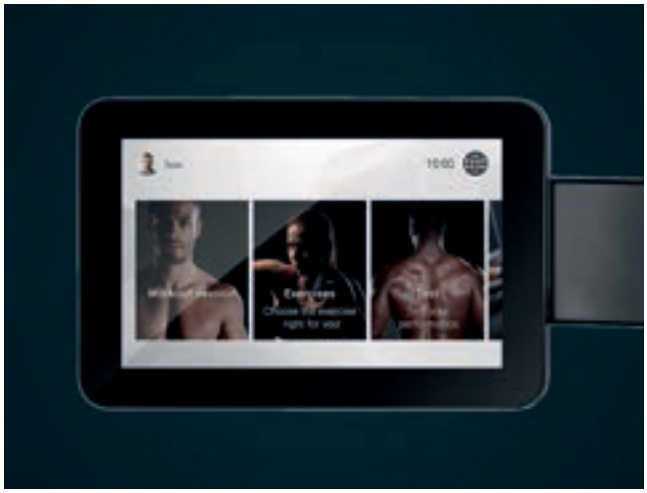
Die Artis Line von Technogym ist eine einzigartige Serie für Ausdauer- und Krafttraining, die insgesamt 25 Geräte umfasst. Benutzerfreundlichkeit und Komfort werden mit bester Qualität und Technik verbunden.

Intelligentes Equipment

Das Cardio-Equipment ist mit einer 15,6" Full-HD Unity 3.0 Konsole und drahtlosen Ladegeräten für Smartphones ausgestattet, die Kraftgeräte mit einem Unity-Mini-Bildschirm. Dank Unity bietet Artis dem Nutzer eine vernetzte Trainingserfahrung. Die Konsole ermöglicht dem Benutzer nicht nur den Zugriff auf Internet, Live-TV, Netflix, YouTube und viele weitere Inhalte, sondern ist auch die Verbindung zu mywellness, Technogym's Cloud-basierter Plattform für Trainierende und Clubbetreiber. Diese digitalen Möglichkeiten motivieren den Nutzer und machen das Training zu einem spannenden, unterhaltsamen Erlebnis.

Kundenbindung dank Unity

Nach der Anmeldung über Unity kann der Nutzer auf die ihm zugewiesenen Trainingsprogramme zugreifen und seine Daten werden direkt in seinem Account gespeichert. Beim Krafttraining wird der Nutzer durch die Einstellungen und Übungen geführt. Der Personal Trainer kann die Trainingsdaten des Kunden jederzeit abrufen, die Programme anpassen und mit regelmässigen Tests die gemachten Fortschritte überprüfen.



NEU: Artis Synchro

Innerhalb der weiterentwickelten Linie gibt es seit kurzem den brandneuen Artis Synchro, der mit innovativen Funktionen überzeugt:

- Die Lastreaktion der Fussplatten entlastet die Füsse durch eine natürliche Knöchelposition.
- Mit bis zu 67 cm ermöglicht Artis Synchro die längsten Schritte auf einem Elipsentrainer.
- Dank der neuen Quick Ramp-Technologie kann die Steigung bis auf 33 Grad erhöht werden und das während des Trainings.
- Die ergonomischen Handgriffe folgen der Bewegung der Arme, um für einen absolut natürlichen Bewegungsablauf zu sorgen.
- Standardgemäss stehen wissenschaftlich fundierte, videogestützte Programme zur Auswahl, die verschiedene Übungen kombinieren.

Nahtloses Design

Die Artis-Linie inspiriert Nutzer mit ihren unaufdringlichen, fliessenden Formen und verleiht so jedem Wellnessbereich den entscheidenden Touch. Doch das Design soll nicht nur optisch ansprechen, sondern bezieht auch ergonomische Gesichtspunkte ein, indem zum Beispiel die Konsolen so geneigt sind, dass der Nutzer automatisch eine korrekte Körperhaltung einnimmt und so seine maximale Leistung erreichen kann. Neben den Geräten bietet Technogym Unterstützung bei der Planung von Fitness- und Wellnessbereichen, um gemeinsam mit dem Kunden eine optimale Lösung zu finden.

Mehr als nur Kraft

Die Kraftgeräte der Artis-Linie erfüllen die höchsten ergonomischen und biomechanischen Standards. Eine steife Welle überträgt den Widerstand des Gewichtspakets direkt auf die Hebel, was ihn besonders fliessend macht. Mit diesem System ist Artis nicht nur allen anderen Geräten in Bezug auf die Trainingsqualität einen Schritt voraus, es verlängert auch die Lebensdauer und senkt die Wartungskosten der Geräte, da weniger Riemenscheiben nötig sind und die Seile weniger stark belastet werden.

www.technogym.ch

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

TECHNOGYM
The Wellness Company

LES MILLS Live 2019 in Zürich

Am 23. November 2019 bebte die Samsung Hall in Dübendorf/ZH. Über 700 motivierte Teilnehmer feierten gemeinsam unter dem Motto «For a Fitter Planet» eines der grössten Gruppenfitness Events in der Schweiz. Bereits zum vierten Mal veranstaltete die SAFS einen LES MILLS LIVE Event. Mit Begeisterung wurden auf der grossen Bühne die neusten Programme von internationalen Presentern sowie dem LES MILLS Team Schweiz präsentiert.

Das LES MILLS Team Schweiz hat wieder einmal bewiesen, dass sie das Event Management in Zusammenarbeit mit der SAFS im Griff hat. In zwei Hallen standen 15 Workouts mit 13 LES MILLS Releases auf dem Programm. Mit grosser Leidenschaft wurden alle neuen Releases von interessierten Teilnehmern umgesetzt. Die hohen Erwartungen der über 300 zukünftigen LES MILLS Kursleitern wurden übertroffen.

Als in der ausverkauften Halle knapp 300 Bodypumper im Takt der Musik die Stange bewegten, war Gänsehaut garantiert. Internationale Presenter wie Justin Riley (UK), René Vogel (D), aber auch Ben Grant (ebenfalls UK), kommen jedes Jahr sehr gerne in die Schweiz, weil die Stimmung hier einfach «unglaublich faszinierend» ist. Für das Schweizer LES MILLS Team, welches natürlich auch auf der Bühne stand, war dieses Event eine schöne Möglichkeit, zusammen mit anderen Kursleitern und LES MILLS Begeisterten die Energie zu spüren, das Netzwerk aufzubauen und mit ihnen einen sportlichen Tag zu verbringen. Die Teilnehmer hatten die Möglichkeit, nicht nur die bewährten Programme von LES MILLS wie BODYPUMP, BODYATTACK und GRIT auszuprobieren, sondern auch die neusten Programme wie BARRE (ein durch das klassische Ballett inspirierte Training), TONE (Kräftigung, Cardio und Stabilität) und CYCLE (klassisches Cycle-Workout mit Bergsprints und Ausdauereinheiten). Alle Teilnehmer wurden vom einmaligen Team-Spirit mitgerissen.

Selbstverständlich gibt es viele Facts & Figures über den grössten LES MILLS Gruppenfitness Event der Schweiz: Mehr als 20 fleissige Helfer schleppten frühmorgens über 300 Pumpsets, Smartsteps, Smartbands und Bikes mit einem Gesamtgewicht von über neun Tonnen in die Räume der Samsung Hall in Dübendorf, damit die Teilnehmer ein unvergessliches Event erleben durften.

Die Teilnehmer hatten am Stand die Möglichkeit, die angesagtesten LES MILLS Kleider zu kaufen und sich einen gratis Proteindrink zu gönnen, um wieder zu Kräften zu kommen. In der grosszügigen Ausstellungshalle waren die neusten Fitness-Tracker zu finden, weitere, frische Sportlergetränke und diverse andere Angebote. Wer an diesem Tag regenerativ entspannen wollte, konnte sich eine wohltuende Massage gönnen.

Für mehr Informationen über LES MILLS Kursleiter Ausbildung steht Ihnen das SAFS Beratungsteam unter 044 404 50 70 oder per E-Mail über info@safs.com zur Verfügung.

BODYSTRETCHER.COM

COME BACK TO THE TOP
STRETCH AND STRENGTH

JETZT KOSTENLOS
TESTEN
0800201800

BodyStretcher
HIMTEC

Swiss made

FitnessEXPO Basel 2019

Am Wochenende vom 16. und 17. November war die St. Jakobshalle wieder Schauplatz für den grössten Fitness-Event der Schweiz. Dieses Jahr fand die Veranstaltung bereits zum fünften Mal statt, wurde aber erstmals vom Veranstalter «4youevents» organisiert. Die Besucher entdeckten neue Produkte, Trends und Brands und nahmen zahlreich an den Groupfitness-Workouts teil. Top-Aussteller zeigten ihre Innovationen aus den Bereichen Fitness Equipment, Fitness Programme, Fitness Food, Fitness Bekleidung und allem was das Fitness Herz begehrte.

Im Stundentakt fanden verschiedenste Groupfitness-Workouts statt. Tausende powerten sich bei Zumba, Jumping, oder Spinning aus. Auch die Star-Presenter brachten mit ihren Programmen die St. Jakobshalle wieder zum Schwitzen. Am Samstag fand wieder der 6 h Indoor Cycling Marathon statt, der Sonntag stand ganz im Zeichen von Yoga und Pilates. Viele bekannte Stars wie Markus Rühl, deutscher Bodybuilder; Anja Zeidler, Schweizer Influencerin; Milo Moiré, Schweizer Performancekünstlerin und Cindy Landolt, Personal Trainerin, konnten die Besucher an diesem Wochenende live erleben.

Ein Highlight war sicherlich der Wettkampf von Strength Wars. Dieser war etwas ganz neues und hat das Publikum begeistert. Ebenso war die Parkour Competition von Free-Z ein weiteres Highlight. Einen Wettkampf auf diesem Niveau hat es noch nie gegeben.

Weniger ein Thema war die Lipstick-Convention, die parallel zur FitnessEXPO stattfand. Laut den Veranstaltern gibt es schon so viele Events im Beauty-Bereich und sie liessen daher offen, ob und wie diese Convention in Zukunft weiterleben wird. Nächstes Jahr soll der Event ein komplett neues Konzept erhalten, um die FitnessEXPO als Messe auf das nächste Level zu bringen.

Kommentar von Roger Gestach:

Mit der ersten Ausgabe unter neuer Führung hat die FitnessEXPO einige Federn lassen müssen. Ich war an beiden Tagen an der Messe vor Ort und konnte klar feststellen, dass es zum einen weniger Aussteller, zum anderen auch weniger Besucher als letztes Jahr hatte. Da es dieses Jahr für einen B2B-Anlass oder -Bereich zeitlich nicht gereicht hat, waren dementsprechend fast keine Führungspersonen aus der Fitnessbranche an der Messe. Somit muss sich die Messeleitung ganz bewusst entscheiden, wie es mit der FitnessEXPO weitergehen soll und ob diese als reine Endkunden-Veranstaltung enden wird. Falls sie doch wieder eine interessante B2B-Messe werden soll, muss definitiv das Konzept überdacht werden und in diesen Bereich investiert werden. Ausserdem stellt sich die Frage, ob die Räumlichkeiten noch die geeigneten für diese Veranstaltung sind. Ebenso die Preispolitik: Wurde für die Convention-Teilnehmer mit hochkarätigen Presentern für den Eintrittspreis viel geboten, war das Preisleistungsverhältnis für die «normalen» Messebesucher eher mau. Laut Stefan Fahrer von «4youevents» waren diese Herausforderungen bereits im Vorfeld bekannt, konnten aber aufgrund der kurzen Vorbereitungszeit nicht mehr geändert werden. Auch mussten sie sich zuerst an das Projekt herantasten, bevor sie es mit einem neuen Konzept an den Start bringen.

Nächstes Jahr soll die Messe aber komplett neu aufgegleist werden.

fresh
company

BARDOGS
ZURICH

InBody
InBody

basefit.ch

NEU
NOCCO
BCAA

echino

SAFS
SAFS

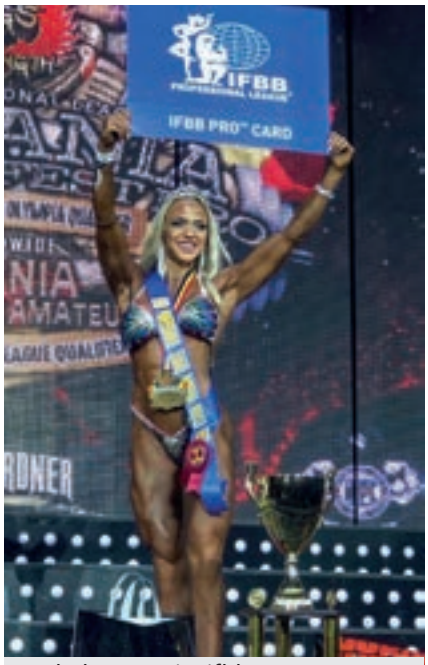
STS
SWISS TOP SERVICES
WE BUILD CHAMPIONS

Die Senkrechtstarterin

Viele Bodybuilderinnen und Bodybuilder mühen sich jahrelang lang ab und geben alles, um sich den Traum der Profikarriere zu erfüllen. Doch die meisten scheitern. Rahel Cucchia hingegen hat dieses Ziel bereits erreicht – obwohl sie erst zwei Jahre lang «ernsthaft» Bodybuilding betreibt. Was ist ihr Geheimrezept? Und welche Pläne verfolgt die 27-Jährige?

RG: Rahel, wie bist Du zum Bodybuilding gekommen und was bedeutet Dir dieser Sport?

RC: Meine Karriere nahm ihren Anfang mit einem einschneidenden persönlichen Erlebnis. Mein Partner arbeitete als Fitnesstrainer. Irgendwann besuchte ich ihn im Gym und probierte die dortigen Geräte und Hanteln aus. Als ich nicht in der Lage war, eine Zwei-Kilo-Hantel sauber zu curlen, meinte er nur: «Wow, ich habe noch nie eine so schwache Person gesehen wie dich.» Wahrscheinlich war uns beiden in diesem Moment nicht klar, was er mit dieser Aussage losgetreten hatte. Ich sagte mir nämlich: «Warte nur ab, ich zeige dir schon noch, wie stark ich bin!» Und genau das habe ich getan. Ich fand eine tolle Coachin und mit ihr zusammen habe ich mich auf meine spannende Fitness-Reise begeben.



@rahelanastasia_ifbbpro

RG: Du hast fünf Jahre lang trainiert, aber nur während der letzten beiden Jahre «ernsthaft» Bodybuilding betrieben.

RC: Das stimmt. Im vergangenen Jahr bestritt ich dann meinen allerersten Wettkampf an den Schweizermeisterschaften in Basel; in der Figuren-Klasse. Diese Kategorie sagt mir sehr zu, da man mehr Muskeln aufbauen muss als bspw. in der Bikini-Klasse und dennoch sehr niedrige Körperfettwerte erzielen sollte.

RG: Wie hast Du an den Schweizermeisterschaften abgeschnitten?

RC: Ich wurde Zweite. Und war extrem enttäuscht von mir.

RG: Aber das ist doch hervorragend nach so kurzer aktiver Zeit?

RC: Ich sehe das anders, denn ich gehe nicht einfach an eine Competition um «dabei zu sein» — ich will gewinnen! Darum bin ich mit extremem Fokus auf die nächsten Wettkämpfe zugegangen und habe mich sehr ausgiebig vorbereitet. Meine Coachin sowie mein Umfeld unterstützten mich sehr dabei. Und in diesem Jahr konnte ich dann am «Romanian Muscle Fest Pro», dem grössten Bodybuilding-Event Europas, in meiner Kategorie gewinnen und über alle Figuren-Klassen den Gesamtsieg holen! Damit sicherte ich mir die begehrte Pro-Card und erfüllte mir einen grossen Traum.

RG: Gratulation. Was sagen Deine Eltern zu Ihrer starken Tochter?

RC: Anfangs taten sie sich etwas schwer mit dieser ganzen Kraftsport-Sache (lacht). Aber mittlerweile sind sie unglaublich stolz auf mich und gehören zu meinen allergrössten Fans, was mich sehr glücklich macht.

RG: Du bist neu auch NOCCO-Ambassadorin. Welche Sorte magst Du am liebsten?

RC: Ich finde eigentlich alle sehr lecker und ich freue mich sehr, dass ich dieses tolle funktionelle Getränk vertreten darf. Es hilft mir auch jeweils vor und nach den Trainings — einerseits, um in den richtigen Mindset zu kommen, und andererseits, um nach einer harten Trainingssession alle notwendigen BCAAs zu erhalten. Aber wenn ich eine Lieblingssorte auswählen müsste, dann würde ich das neue «NOCCO Blueberry» rauspicken. Ich habe dieses erstmals an der FitnessEXPO Basel probieren können und bin hell begeistert! Am gleichen Event konnte ich zudem erstmals den Creamy Pear Milkshake von Barebells kosten — leckerer kommt man nicht zu einer wichtigen Extraportion Protein!

RG: Du bist jetzt Profi-Bodybuilderin. Was kommt nun auf Dich zu?

RC: NOCCO Schweden hat mich an das Fitness Festival in Stockholm eingeladen, das im Dezember stattfindet. Ich kann es kaum erwarten, das wird mein NOCCO-Jahr! Und künftig werde ich natürlich an weiteren Wettkämpfen teilnehmen und versuchen, möglichst viele davon zu gewinnen. Denn mein nächstes Ziel ist klar: Ich will auf die Olympia-Bühne!

NOCOO Blueberry und Barebells Creamy Pear sind ab Dezember bei Powerfood, Nessential, Soledor, Basefit, Fitluxe und Cleverfit erhältlich.

NOCCO
NO CARBS COMPANY
Barebells
FUNCTIONAL FOODS

eGym goes Down Under

An der letzten eGym Veranstaltung überraschte Mario Görlach die Teilnehmer, dass seine Tochter nach Australien auswandern wird. Roger Gestach sprach mit Christin Görlach, scheidende Vertriebschefin DACH (Deutschland, Österreich, Schweiz) von eGym.

RG: Christin, Dein Vater hat es neulich bei einer eGym Veranstaltung in München ganz überraschend öffentlich gemacht: Du zügelst nach Australien. Start ist schon Januar 2020. Erzähle uns mehr!

CG: Meine ganze Familie hat sich 2017 bei einem Urlaub Down Under in das Land verliebt. Von da an stand für uns fest: Da wollen wir unbedingt hin! Und wie man weiss, bin ich ja sehr hartnäckig, wenn ich mir mal etwas in den Kopf gesetzt habe. Nach einigen Gesprächen hatte ich Philipp (Roesch-Schlanderer, eGym CEO, Anm. d. Red.) davon überzeugt, dass Australien und mittel- bis langfristig der gesamte Raum Asia-Pacific für eGym durchaus ein sehr spannender Markt sein kann. Aber jetzt konzentriere ich mich erst mal auf Australien und gehe somit als Country Director Australia rüber. Meine Base ist Sydney.

RG: Gratulation! Was denkst Du, erwartet Dich dort in puncto Fitnessmarkt?

CG: Mein Markt umfasst — ähnlich wie hier — Studios und Physio-Praxen, wobei die Branche in Australien noch stärker kettenlastig ist als in DACH. 30 Prozent der Einwohner haben eine Mitgliedschaft, aber nur zehn Prozent trainieren auch wirklich. Es gibt etliche Discounter. Kurz: Ein extrem spannender Fitnessmarkt. Ich sehe riesige Chancen für eGym. Unterstützt werde ich übrigens von meinem Lebensgefährten Freddy Mora. Er ist bei allen Themen voll umfänglich mit eingebunden, also Akquise, Sales, Marketing, Einbringung, Support und natürlich Schulungen. Wir beide machen am Anfang alles von A-Z alleine.

RG: Toll, dass Du der Branche erhalten bleibst! Was motiviert Dich beruflich an diesem Schritt?

CG: Nachdem ich Deutschland und die Schweiz mit aufgebaut habe, motiviert mich vor allem eGym auch international weiter voran zu bringen. Darüber hinaus wollte ich schon vor Beginn meiner Zeit bei eGym, noch einmal für ein paar Jahre im Ausland arbeiten. Australien faszinierte mich schon immer: Super hohe Lebensqualität, wirtschaftliche und politische Stabilität, geringe Kriminalität, was für uns mit unserer dreijährigen Tochter natürlich sehr wichtig ist. Fast wie die Schweiz, wo ich ja ebenfalls einige Jahre für eGym tätig war. In Australien gibt es dazu halt noch Meer, Sonne und viele Tiere. Was mir schwer fällt: Ich bin halt hier in DACH sehr gut in der Branche vernetzt und verankert. Unserer Produkte sind bekannt, ich mag die Leute, und ich arbeite unheimlich gern mit meinem Vater zusammen. Wir ergänzen und stärken uns perfekt. Meine Familie und Freunde werde ich sehr vermissen

RG: Ist das ein langfristiger Schritt, oder hast Du eine Rückfahrkarte im Gepäck?

CG: Dieses Projekt haben wir zunächst auf vier Jahre geplant. Klar, Australien ist am anderen Ende der Welt, aber nicht aus der Welt. In Australien starte ich jetzt zum dritten Mal mit eGym bei null! Ich liebe diese Aufbruchsstimmung, die Startup-Phase und war, wie Du weisst, noch nie ein Komfortzonen-Mensch. Unsere erste Messe ist bereits im Mai in Sydney, aber ich werde definitiv versuchen jedes Jahr zur FIBO kommen, um mein Netzwerk zu pflegen und natürlich Umsatz für eGym zu machen. Ansonsten halte ich es mit dieser Weisheit: «If something scares you and excites you at the same time, it probably means you should do it».

RG: Vielen Dank für das interessante Gespräch und viel Erfolg in Australien!

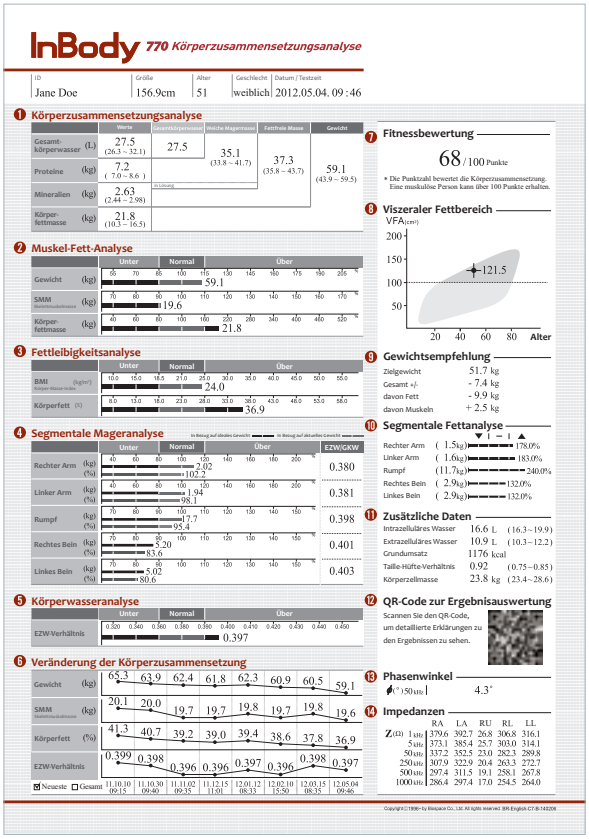
InBody
Erfolge werden sichtbar.

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

Auf der Suche nach dem Sinn

Die Generation Y – Herausforderungen und Chancen für Arbeitgeber

Jede Generation hat Werte und Vorstellungen, die sie prägen und auszeichnen. Die Generation Y stellt vor allem bestehende Denk- und Verhaltensmuster der «Babyboomer» und «Gen X» infrage. Die daraus entstehende Konfrontation stellt für die Unternehmen eine Herausforderung dar. Allerdings kann mithilfe der richtigen Einstellung der Unternehmer auch eine Kooperation entstehen, die ein enormes Potenzial bergen und den zukünftigen Erfolg prägend beeinflussen kann.

Keine Bezeichnung hat sich unter den vielen Namen für die Generation der Jahrgänge 1980 bis 1994 so durchgesetzt wie «Generation Y». Sie verdankt den Namen ihrer hinterfragenden Haltung «Warum?» (engl.: «Why») — eine Frage, die auch ins Arbeitsleben integriert wird. Nicht nur gewohnte Abläufe und bestehende Strukturen werden ergründet, sondern alles wird auf den Prüfstand der grossen Frage nach dem Sinn gestellt. Die Sinnfrage beschäftigt sich mit den fundamentalsten Aspekten des Lebens wie «Warum bin ich hier?» oder auch «Wie führe ich ein erfülltes Leben?» — Fragen, die bewegen und deren Antworten entscheidenden Einfluss auf die Motivation und Arbeitszufriedenheit ausüben. Natürlich bedarf es zur Berücksichtigung der Sinnfrage Offenheit gegenüber neuen Ansätzen. Es kann aufwändig oder unangenehm erscheinen, doch verbirgt sich genau hier enormes Potenzial. Die Zahl der Arbeitnehmer mit entsprechender Generationszugehörigkeit steigt stetig. Sie bilden die Zukunft der Unternehmen, auch in der Fitnessbranche, und somit ist es nicht mehr eine Frage, ob, sondern wie diese Generation integriert wird. Ein erweitertes Verständnis der «Gen Y» ist notwendig und führt zu Erfolg versprechenden Entscheidungen.

Generationen-Kampf oder ungeahntes Potenzial?

In Unternehmen treffen viele Generationen aufeinander und allgemein scheint es grosse Unterschiede bezüglich der Arbeitsmotivation sowie der Zuordnung verschiedener Charaktereigenschaften zu geben. Das erschwert das Personalmanagement und steht einer Erhöhung der Arbeitszufriedenheit entgegen. Die «Y-ler» hinterfragen bestehende Strukturen und Denkweisen, die durch die «Babyboomer» und «Gen X» entwickelt wurden, schon bei Berufseinstieg. Vertreter der vorangegangenen Generationen identifizieren sich mit der Arbeit und weisen eine längere Betriebszugehörigkeit auf — die heutigen Unternehmen wurden durch sie und ihre Erfahrungen geprägt.

Inmitten der vermeintlichen Unterschiede erlangt folgende Aussage erhebliche Bedeutung: Fortschritt findet nicht dort statt, wo alle Beteiligten durchgehend derselben Meinung sind. Vielmehr vollzieht er sich in der kritischen und dennoch offenen Auseinandersetzung. Daher gilt es, einen offenen und verständnisvollen Umgang miteinander zu fördern, in dem sich die unterschiedlichen Persönlichkeiten, Gedankengänge und Talente erfolgreich zusammenbringen lassen.

Generation Y – Neue Impulse zum gemeinsamen Wachstum

Die Frage nach den Wünschen und Erwartungen der «Y-ler» kann nur allgemein beantwortet und der Individualität des Einzelnen nicht gerecht werden. Sie sind sehr heterogen aufgestellt und doch lassen sich allgemeine Merkmale zuordnen. Diese sollten die Fitnessunternehmen mit Bedacht behandeln und ihre Mitarbeiter als Individuen wahrnehmen und kennenlernen, denn «Schubladendenken» ist in der Praxis fehl am Platze, unvollständig und teilweise sogar schädlich.

Werte sind individuell und bestimmen unsere Motivation, Zufriedenheit und

Tab. 1: Generationen und ihre Prägungen

Merkmal	Babyboomer	Generation X	Generation Y	Generation Z
Jahrgang (Alter in 2019)	1946–1964 (55–73 Jahre)	1965–1979 (40–54 Jahre)	1980–1994 (25–39 Jahre)	ab 1995 (< 25 Jahre)
Prägungen	Wirtschaftswunder, die «68-er» Revolution	Mauerfall, TV, Kalter Krieg	Internet, Handy, Digitale Revolution	Globalisierung, Klimawandel

- Gute Arbeitsatmosphäre und Teamarbeit
- Sinnvoller Job und Spass
- Selbstbestimmte Unabhängigkeit
- Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Abb. 1: Generation Y – die wichtigsten Lebensaspekte

den erlebten Sinn bei Aufgaben, die mit diesen Werten im Einklang stehen. Mit entsprechendem Bewusstsein gilt es, die Werte der «Y-ler» genauso wie die der anderen Mitarbeiter zu erkennen. Das schafft oftmals ein besseres Verständnis dessen, warum sie so handeln, wie sie es tun. Allgemein ist ein klarer Wertetrend für die Berufseinsteiger zu erkennen: ein «langsamer Wertewandel vom Materialismus zum Postmaterialismus» (Hardering, 2018, S. 78). Somit steht die Fitnessbranche ganz neuen Anforderungen gegenüber. Ja, sie fordern viel. Jedoch sind es Forderungen der zukünftigen Arbeitnehmer, die unter Berücksichtigung der Arbeitsmoral und der Arbeitgeberattraktivität bedient werden müssen. Im Kampf um junge Talente, die den Unternehmenserfolg sichern, erübrigt sich die Frage, ob es möglich ist. Vielmehr sollte der Fokus auf den Weg dorthin, also auf das wie, gelegt werden.

Führung neu denken – «Y-ler» fordern Änderungen

Die Berücksichtigung der Werte eines jeden Mitarbeiters stellt beispielsweise Fitnesscenter vor eine entscheidende Aufgabe, die den betrieblichen Erfolg sowie die Mitarbeiterzufriedenheit massgeblich beeinflusst. «Werteorientierte Führung» sowie ehrlich gemeintes «Aktives Zuhören» gehören zu den vielen neuen Soft Skills einer erfolgreichen Führung. Die Mitarbeiter werden es danken und von den «Y-lern» dürfen wertvolle Ressourcen wie Engagement, Wissbegierde und innovative Kreativität erwartet werden. Die «Y-ler» sind kontaktfreudig, beziehungsorientiert und wünschen sich Feedbackgespräche. Mit jedem Schritt in diese Richtung wird bei den jungen Arbeitnehmern weiteres ungeahntes Potenzial hervorgeholt und in das Unternehmen eingebracht. Hingegen können Versäumnisse auf dieser Ebene zu geringer Arbeitsmoral führen. Die Führungsfähigkeit stellt somit einen entscheidenden Faktor dar, damit sich Potenzial entfalten kann.

Wie ein guter Gärtner sich nicht fragt, ob, sondern unter welchen Umständen die Samen aufkeimen, dürfen sich die Fitnessunternehmen nicht fragen, ob, sondern wie sich das vorhandene Potenzial der Mitarbeiter optimal entwickeln kann. Es gibt Gärtner, die sich beklagen und solche, die lernen und sich fragen: «Wie wird es besser?» Sich als Gärtner über die Wetterverhältnisse bzw. als Unternehmen über die Einstellung der Generation Y aufzuregen, lohnt sich nicht. Erfolgreich werden diejenigen sein, die genau hinsehen, akzeptieren und durch diese Erkenntnis das bisher noch ungeahnte Potenzial für Unternehmen und Mitarbeiter nutzen!

Somit wird das Führen von Arbeitnehmern immer anspruchsvoller und zunehmend als eine Dienstleistung verstanden. Die Führungsansprüche schwanken zunehmend vom intellektuell-fachlich qualifizierten Chef hin zum Coach, der Betriebsinteressen mit empathischem Leading vereint. Die neue Generation möchte (fachlich) geführt werden, jedoch steht sie absolut autoritären Hierarchien eher resistent gegenüber. So sollten «Mentoring» sowie individuelles «Talentmanagement» auch in kleineren Betrieben zunehmend erfolgreich integriert werden. Es lohnt sich, die Interessen der ausführenden Organe, d. h. der Arbeitnehmer, zu berücksichtigen. Die Identifikation mit dem Unternehmensziel seitens der Arbeitnehmer führt unweigerlich zu mehr Engagement und Zufriedenheit, was letztendlich wirtschaftliche Erfolge hervorbringt.

Fazit

Schon bald wird die Generation Y vollständig in den Arbeitsmarkt integriert sein und einen zunehmend grösseren Anteil der Belegschaft ausmachen. Die Suche nach dem Sinn, der dieser Generation zugesprochen wird, ist auch in den vorangegangenen Generationen zu finden, jedoch haben sich die Werte verändert. Diese richten sich nun zunehmend auf immaterielle Dinge. Da der Unternehmenserfolg massgeblich von der Mitarbeitermotivation und -zufriedenheit sowie der Arbeitgeberattraktivität beeinflusst wird, gilt es, auf die hinterfragende Haltung jüngerer Arbeitnehmer sowie auf deren Wünsche einzugehen. Der Generation Y sind vor allem der Sinn- und Spassaspekt bei der Arbeit wichtig. «Y-ler» fordern selbstbestimmte Freiheit sowie die Vereinbarkeit von Privat- und Berufsleben. Gute Beziehungen wünschen sie sich auch am Arbeitsplatz. Sie wollen gehört werden und freuen sich über konstruktives Feedback. Die Erfüllung dieser Anforderungen wird mit den vielfältigen Potenzialen der jüngeren Generationen gedankt, die durch zielführendes Teambuilding noch weiter entfaltet werden können. Die zugeschriebenen Attribute der «älteren» sowie der «jüngeren» Generationen — Erfahrenheit und der Drang nach der Sinnintegration — verstärken sich gegenseitig. So dürfen sich die Fitnessunternehmen, die der Herausforderung Generation Y und ihrer hinterfragenden Einstellung positiv begegnen, an einem bisher ungeahnten Potenzial sowie einer erfolgreichen Zukunft erfreuen!

Literaturliste

- Hardering, F. (2018). Die Sinnsuche der Generation Y. In B. Badura, A. Ducki, H. Schröder, J. Klose & M. Meyer (Hrsg.), Fehlzeiten-Report 2018 (Bd. 36, S. 75—83). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-662-57388-4_6
- IfD Allensbach (Statista — Das Statistik-Portal, Hrsg.). (2018). Was halten die 16- bis 26-Jährigen persönlich im Leben für besonders wichtig und erstrebenswert? Zugriff am 22.05.2019. Verfügbar unter https://de.statista.com/statistik/daten/studie/816718/umfrage/als-besonders-wichtig-erachtete-aspekte-im-leben-bei-16-bis-26-jaehrigen/
- Rauch, C. & Huber, T. (Signium International, Hrsg.). (2013). Generation Y. Das Selbstverständnis der Manager von morgen. Eine Trendstudie des Zukunftsinstituts. Zugriff am 23.05.2019. Verfügbar unter https://www.zukunftsinstitut.de/fileadmin/user_upload/Publikationen/Auftragsstudien/studie_generation_y_signium.pdf

Marvin Bick

Marvin Bick ist als Dozent, Autor und Tutor für die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) sowie BSA-Akademie tätig. Ausserdem begleitet er als selbstständiger Gesundheitscoach seine Kunden in ihren individuellen Entwicklungsprozessen zu mehr Gesundheit, Energie und Wohlbefinden.
www.dhfpg-bsa.de

Top Event der Fitnessbranche: Der 1. ACISO Congress

Am 9. und 10. November 2019 traf sich das «Who is Who» der deutschen Fitnessbranche im Kongress Palais Kassel unter dem Motto «Treffpunkt der Besten» zum ersten ACISO Congress. Die Veranstaltung — unterteilt in ein Management-Programm und eine Convention — bot den mehr als 1'000 Teilnehmern und Gästen erstklassige Vorträge, Innovationen, den Blick auf Trends, eine Messe mit zahlreichen Ausstellern, beste Möglichkeiten zum Netzwerk sowie ein umfangreiches Rahmenprogramm.

Im Grand Opening eröffnete Oliver Sekula, CEO, nach einem fulminanten Show Auftakt der «Sansostra Flying Acrobats» gemeinsam mit weiteren verantwortlichen Ressortleitern des ACISO Teams den Congress. Auf die Bedürfnisse der Fitness- und Gesundheitsstudios zugeschnitten bot die Vielfalt an Disziplinen und Themen der beiden Tage Inspiration und erstklassigen Know-how-Transfer für die unterschiedlichsten Positionen einer Fitness- und Gesundheitsanlage. Von Vertrieb über Trainingslehre bis zum Persönlichkeits- und Erfolgstraining — zu jedem Thema wurden Inhabern und Mitarbeitern Inhalte und Lösungen angeboten.

Andreas Heuchert, moderierte ebenso kompetent wie unterhaltsam für die Gäste durch das Programm, bestehend aus vielen Workshops, Kursen und Vorträgen, die jeweils der schnellen Orientierung dienend der «ACISO Genetik» zugeordnet waren:

ACISO
- Advertisig & Academy
- Consulting
- Innovation
- Sales & Service
- Operations

So zeigte beispielsweise «Knacki Deuser» jonglierend mit absoluter Leichtigkeit Wege zum «anders denken und mutig leben» auf. Marcel Knopf entführte die Besucher in die digitale Welt. Cristián Gálvez präsentierte das Logbuch für Persönlichkeitsentwicklung, Motivation und Überzeugungskraft. Dr. Kurt Mosetter und Mario Görlach zeigten in dem Beitrag «Unschlagbar in Kombination» wissenschaftliche Zusammenhänge und die Lösungen für die Bedürfnisse der Menschen in dem Wachstumsmarkt Fitness und Gesundheit — durch Fachkräfte und Technologien — unserer Branche auf. Regine Trat wirbelte mit ihrem einzigartigen Fitnesscabaret auf grosser Bühne. Bergsteiger Thomas Huber sorgte für «Magic Moments» und liess wirklich niemanden unberührt im «Grand Final» bei der Erzählung seiner Höhen und Tiefen auf seinen Expeditionen durch die Welt. Iron Man Slatco Sterzenbach zeigte auf wie mentale Stärke Lebenswege bereichert.

Die Convention bot eine sensationelle Diversität an Workshops. Robert Steinbacher, Franco Ferraro, Michael de la Cruz, das Team von Dr. Kurt Mosetter, Christiane Reiter, Karin Kühr, Norbert Kox, Sabine Steinbach-Schwarz, Ramona Nahrstedt, Claudia Müller-Braun, Frank Schildmann, Dana Fricke, Patrick Arnold sowie das Team von Les Mills gaben den Teilnehmern viel Input für das Training in den Studios mit ihren Kunden mit auf den Weg.

Ein grosser Anziehungspunkt war darüber hinaus die FT-CLUB Functional Training Area, welche die Teilnehmer direkt vor Ort mit grosser Begeisterung die Trainingsprogramme Mobility, Movement, Strength und Burn erleben liess.

Im Programmausklang des ersten Kongresstages fand das alljährliche «INJOY COME TOGETHER» statt. Hier präsentierte FILA die neue INJOY Team Kollektion und die Franchisepartner erfuhren letzte Details zum kurz bevorstehenden RTL Spendenmarathon. Als Auszeichnung für das gemeinsame Engagement erhielten die Partnerstudios extra angefertigte Pokale des Testsiegels «Höchste Weiterempfehlung» überreicht.

Auf der Kongressmesse präsentierten mehr als 35 Ausstellern ihre Messeangebote und Highlights. Der Abend des ersten Congress Tages ging für die Teilnehmer in eine lange, grossartige Partynacht mit einem der besten DJ's Europas über: Tom Novy.

Die Gewinner des Gewinnspiels freuten sich ausserordentlich über ihre Preise, eine Ausbildungsflatrate bei der ACISO Academy, sowie zwei ACISO Seminarreisen in den ROBINSON Club AGADIR, Marokko in 2020.

Der ACISO Kongress überzeugte durch sein Angebot und zeichnete sich aus durch einen transparenten Dialog und Kompetenzaustausch auf Augenhöhe aus. Kompromisslos die Einstellung zur Veränderung, die konsequent, mutig und achtsam im Sinne von ACISO für die Kunden mit ganzer Kraft vorangetrieben wird.

ACISO
WACHSTUM 2020

CISO
VACHSTUM 2020

ACISO
Unser Leitsatz
VALUE
BESSER
LEBEN

slim belly® by AIRPRESSURE BODYFORMING

slim legs® by AIRPRESSURE BODYFORMING

3 Monate testen!

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

Nutzen Sie die bevorstehende Abnehmsaison

- Holen Sie sich viele neue Interessenten ins Studio mit dem genialen Marketingkonzept Slim Belly!
  Inklusive Kampagne und Teamschulung

IM DEZEMBER IMPLEMENTIEREN UND IM JANUAR STARTEN!

Details erhalten Sie per Tel. 043 488 04 90

Urs Zumstein, Mitinhaber des Panthera Fitness Stans:

„Dank Slim Belly können wir unsere Positionierung als Frauenstudio klar verstärken. Slim Belly ist bei uns nicht mehr wegzudenken: Einerseits von der wirtschaftlichen Seite her. Andererseits weil unsere Kundinnen „süchtig“ nach Slim Belly sind. Immer wenn sie mal wieder eine Pause einlegen, fangen Sie nach kurzer Zeit wieder an mit Slim Belly zu trainieren, da sie den Unterschied spüren und sehen.“

Markus Egli, Inhaber des Fitness Zentrum Wetzikon:

„Slim Belly bringt meinen figurbetonten Kunden den raschen und guten Erfolg! Wir haben damit ein wichtiges Tool zur Kundengewinnung und -bindung. Erst recht heute mit all den Discountern um mich herum!“

Erfahren Sie alles unter
www.slim-belly.com

Feel the magic!

ACISO

Auch 2020 stehen der Fitnessbranche über 150 Workshops zur Verfügung!

Das grösste Weiterbildungsprogramm der Schweiz

Ob Fitness, Functional oder Mental Training, Gruppenfitness, Gesundheit oder Sales & Service: Die Weiterbildungen der SAFS decken alle relevanten Bereiche der Fitnessbranche ab. An fast jedem Wochenende des Jahres finden mehrere Weiterbildungen statt. Über 150 Workshops, Special Days und Expertentage stehen auch 2020 wieder auf dem Programm.

Die Fitnessbranche ist ein dynamischer Markt, der sich in einem stetigen Wandel befindet. Durch digitale Medien und moderne Vernetzung, können sich Kunden über Angebote und Trends bestens selbst informieren. Das führt zu immer höheren und diverseren Ansprüchen an Fitnesscenter, Kursleiter oder Fitnesstrainer. Daher ist es wichtig, dass professionelles Personal in der Branche kompetent auf aktuelle Fragen und Bedürfnisse eingehen kann.

Workshops, Expertentage und Special Days – SAFS Weiterbildungsprogramm

Als erster und grösster Anbieter für Aus- und Weiterbildungen in der Schweizer Fitnessbranche ist es der SAFS ein Anliegen, die Qualität an Sport-, Gesundheits- und Fitnessdienstleistungen hochzuhalten. Aus diesem Grund hat die SAFS ein einzigartiges und sehr profitables Weiterbildungsprogramm zusammengestellt.

Die Teilnahme an Workshops des SAFS Weiterbildungsprogramm steht grundsätzlich allen offen. Sportbegeisterte erhalten hier die Möglichkeit, sich einen Einblick in diverse Themen zu verschaffen und mit Profis in Kontakt zu treten. Einzig für die Expertentage müssen spezielle Voraussetzungen erfüllt werden, da dort Wissen vertieft wird und dadurch nur fortgeschrittene Teilnehmer profitieren können.

«SAFS Weiterbildung Circle»

Der «SAFS Weiterbildung Circle» ist die günstigste und nachhaltigste Weiterbildungsmöglichkeit der Fitnessbranche: Über 150 Workshops, Special Days und Expertentage bieten grossartige Möglichkeiten, sich selbst oder Teammitglieder gezielt zu fördern oder zu belohnen. Mit dem Center-Abo für CHF 1260 können jeweils zwei Fitnesscenter-Mitarbeiter ein Jahr lang an über 150 Weiterbildungstagen teilnehmen. Einzelpersonen lösen das Abonnement für CHF 480 und können ein Jahr lang an allen angebotenen Weiterbildungen teilnehmen.

Betriebliche und persönliche Vorteile der SAFS Weiterbildungen

Erweitertes Dienstleistungsangebot

Gruppenfitnessangebote sind besonders begehrt. Aber auch eine erhöhte Nachfrage nach funktionellen Trainingsmethoden ohne Trainingsgeräte zeichnete sich am Markt ab. Hier überzeugen Trainer und Fitnesscenter, die über genügend Kompetenzen und Fachwissen verfügen, um ihr Angebot flexibel an die Trends anzupassen.

Höhere Kundenzufriedenheit

Die meisten Unternehmen fokussieren sich auf das Akquirieren neuer Kunden und lassen die Bindung bestehender Kunden oft aussen vor. Im Workshop «Beratungen profitabel umsetzen» wird ein effektives Beratungskonzept vorge-

stellt, bei dem die Mitglieder gewinnbringend betreut werden. Schlüsselfaktoren mit enormer Kundenwirkung werden mit praktischen Umsetzungsmodellen eins-zu-eins umgesetzt. Dabei gilt es zu beachten: Zufriedene Kunden sind die beste Form der Werbung die es gibt. Unternehmen, die eine positive Reputation geniessen, brauchen sich über automatischen Kundenzulauf nicht zu wundern.

Stärkere Mitarbeiterbindung

Kundenzufriedenheit steht in einer direkten Verbindung zur Mitarbeiterzufriedenheit. Motivierte und glückliche Mitarbeiter leisten einen effizienten und nachhaltigen Kundendienst. Workshops wie «Kommunikation unter Stress — soziale Kompetenz aufbauen» sind darauf ausgerichtet, Kommunikations- und Verhaltensmuster unter Druck zu erleben und daraus die eigene soziale Kompetenz zu stärken. Den Mitarbeitern die Möglichkeit zu bieten, sich weiterbilden zu können, ist auch ein Signal der Wertschätzung!

Qualitätssteigerung der Dienstleistungen

Erfahrung und Routine sind entscheidende Punkte im Alltagsgeschäft. Die Routine kann aber auch schnell zur Falle werden. Mit der Weiterbildung, wie z. B. «Krafttraining im Alter — fit und kräftig für Ü60 Mitglieder», können Fitness und Personal Trainer vom vielfältigen Angebot profitieren und ihre Erfahrungen nachhaltig erweitern. Aber auch Kursleiter kommen auf ihre Rechnung mit vielen Angeboten zu den neusten Trends.

Durch eine regelmässige Teilnahme an Weiterbildungen werden das Basiswissen und elementare Prozesse wieder aufgefrischt und gefestigt. Dies resultiert wiederum in einer Qualitätssteigerung ihrer Dienstleistungen. Wo mehr Know-how ist, ist auch mehr Kompetenz. Das wiederum vermittelt ihren Mitarbeitern Sicherheit und ihren Kunden Vertrauenswürdigkeit.

Erhöhte Konkurrenzfähigkeit

Ein vielfältigeres Angebot und höhere Qualität der Dienstleistungen steigern auch automatisch die Konkurrenzfähigkeit am Markt. Es gibt aber auch andere Methoden, um die eigene Position am Markt zu stärken. In Workshops wie «Budget- und Marketingplanung für ein erfolgreiches Unternehmen» lernen Sie zielgerichtet und effektiv ein erfolgreiches Marketingkonzept auf einfache Weise zu erstellen.

Das komplette Weiterbildungsprogramm finden Sie unter
www.safsweiterbildung.ch

Wir wünschen Ihnen viel Spass!

SAFS
SWISS ACADEMY OF FITNESS & SPORTS

Dynamisches Pricing in der Fitness-Branche: Individuelle Angebote und wandelbare Preisstrukturen

In einem Markt mit stetig wachsender Nachfrage und damit steigendem Wettbewerb geraten zwangsläufig auch die Preise unter Druck. Auswirkung dieser Tatsache ist, dass die Preise mehr und mehr dynamisch gestaltet und auf den Kunden abgestimmte Angebote erstellt werden.

Die Entwicklungen und Erfahrungen von dynamischen Preisen aus anderen Branchen sollen für die Fitnessindustrie als Impulsgeber für Innovationen dienen. Das Ziel dabei ist die Auslastung und damit den Umsatz zu maximieren und den Kunden genau das Angebot bieten zu können, was auf sie zugeschnitten ist.

Dynamic Pricing, auch dynamisches Preismanagement genannt, ist eine Preisstrategie bei dem Unternehmen die Preise für Produkte oder Dienstleistungen auf Basis des aktuellen Kundenbedarfs anpassen. Dafür werden Faktoren wie die Preisgestaltung der Mitbewerber sowie Angebot und Nachfrage genommen. Um die Preise festzulegen, ist einerseits der Zeitpunkt der Verkaufstransaktion entscheidend, anderseits was für ein Produkt, wie viele Produkte oder welche Dienstleistungen gekauft werden. Das Ziel ist es, dass der Interessent die angebotene Ware oder Dienstleistung mit einem Mehrwert kauft und das Unternehmen durch den erhöhten Absatz höhere Erträge generiert.

Das dynamische Preismanagement wird seit den 70er-Jahren bereits in der Flugindustrie angewandt. Heute hat es in der Hotellerie, bei Bergbahnen und auch im öffentlichen Verkehr Einzug gehalten. Unterschiedliche Preise zu unterschiedlichen Zeiten für dasselbe Produkt oder die identische Dienstleistung sind die Folge davon.

Eine solche Preisgestaltung und die Möglichkeit nach individualisierten Angeboten sind in der Fitnessbranche nicht etabliert. Die Gesamtzahl von Fitnessunternehmungen in der Schweiz hat, gemäss SFGV Branchenreport 2018, in den vergangen drei Jahren um 30 Prozent zugenommen. Dadurch ist ein intensiver und dynamischer Wettbewerb festzustellen. In der Zukunft wird eine Preisdifferenzierung und Individualisierung der Angebote in Fitnesscentern nicht mehr wegzudenken sein.

Saisonale Schwankungen – Time-Based-Pricing

Im Jahresverlauf sind im Fitnessstudio saisonale Schwankungen bezüglich der Auslastung zu erkennen. Zu Jahresbeginn steigt die Nachfrage für Fitness- und Präventionsdienstleistungen stark an. Ein Grund dafür sind die guten Vorsätze zum Jahresbeginn und der Wille etwas für die Gesundheit zu machen. Daneben will Mann und Frau sich auf den bevorstehenden Sommer in Form bringen. In den Sommermonaten, insbesondere während den Schulferien, ist jedoch ein markanter Rückgang der Eintrittsfrequenzen zu verzeichnen. Die Kunden sind in den Ferien oder gehen vermehrt Outdoor-Aktivitäten nach. In diesem Zusammenhang geht die Nachfrage von potentiellen Neukunden zurück. Die Betriebskosten jedoch bleiben mehr oder weniger konstant. Als Gegenmassnahme können Fitnesscenter attraktive Preiskampagnen und Sommeraktionen lancieren. Dabei werden zum Beispiel

Gratiseintritte verschenkt oder sehr stark rabattierte Monatsabos angeboten. Der Durchschnittspreis des Abonnements wird durch solche Angebote zwar gesenkt, die Auslastung hingegen in der «Tiefsaison» gesteigert. Das Ziel dabei ist mit einer guten Kundenbindung den Neukunden auch nach der Aktion langfristig im Unternehmen halten zu können.

Vertragslaufzeit als Kriterium für die Preisgestaltung

Sowohl von der trainingswissenschaftlichen Perspektive als auch von der betriebswirtschaftlichen Sicht, wird ein Training bis ins hohe Alter empfohlen. Entsprechend ist in der Regel der Verkaufsprozess im Fitnessstudio darauf ausgerichtet, dass beim Vertragsabschluss eine Jahres- oder Zweijahresmitgliedschaft angestrebt wird. Bei der Verkaufsberatung wird der Fokus auf dieses Ziel gerichtet und darauf aufbauend eine Langzeitmitgliedschaft empfohlen. Je länger die Vertragslaufzeit ist, desto günstiger wird das Angebot. Der Umsatz bei einer Mehrjahresmitgliedschaft ist zwar tiefer wie bei einem Monatsabo, der Kunde wird im Gegenzug jedoch länger an das Unternehmen gebunden. Aufgrund des technologischen Fortschritts wird es in der nächsten Zeit eine Verlagerung vom persönlichen «Direktverkauf» an der Kundenfront mit Beratungsgespräch hin zum unpersönlichen Onlineverkauf geben. Damit geht auch die Einflussnahme vom Berater zum Kunden verloren und die Gefahr besteht, dass immer weniger Langzeitabonnements verkauft werden. Mit einem Online-Kundendienst kann dieses Risiko etwas minimiert werden.

Flexible Abo-Laufzeiten

Die Nachfrage nach flexiblen Abo-Laufzeiten steigt. Fitnessanbieter, welche ein attraktives Kurzzeitangebot auf der digitalen Plattform präsentieren können, haben dabei einen Vorteil gegenüber den Mitbewerbern. Seien das Kurzzeit Abos, die Wahlmöglichkeit der Wochen oder Monate oder gar Mehrfacheintrittskarten. Der Kunde sucht die absolute Flexibilität. Einige Fitnessunternehmen haben dieses Kundenbedürfnis bereits erkannt und sich entsprechend neu ausgerichtet. So wird über einen bestimmten Zeithorizont, beispielsweise zwischen April und August, eine flexible Abo Variante ermöglicht, um den Zugang für den Centerbesuch zu erleichtern. Dabei können Monatsmitgliedschaften bei einem entsprechenden Basispreis individuell zusammengestellt werden. Je länger die Mitgliedschaft dauert, desto günstiger ist der finanzielle Monatsbeitrag und somit vergrössert sich die Ersparnis für den Kunden.

Customizing Model – massgeschneiderte Angebote

Viele Branchen machen es schon lange vor. Der Kunde kann sein Wunschpaket aus diversen Bausteinen selbst zusammenstellen, so wie er es im Moment wünscht. Und will er in ein paar Monaten was ändern, ist das selbstverständlich rasch und unkompliziert möglich. Nehmen wir an, ein Fitnessstudio mit den Kernkompetenzen Fitness, Group Fitness und Kinderparadies ist im Premiumsektor positioniert. Persönliche Betreuung, Zirkeltraining, Ernährungsberatung, Sauna, gratis Offenausschank und zeitlich uneingeschränkte Eintritte während der Öffnungszeit sind als Zusatzangebote inbegriffen. Was ist aber, wenn das Mitglied nicht alle obengenannten Leistungen beziehen möchte? Müssen dann trotzdem alle Leistungen bezahlt werden?

Als gutes Beispiel und Vorreiter fungiert hier die Kommunikationsbranche. Die Abo Laufzeit von Handyverträgen kann flexibel und die Datenmenge dazu frei gewählt werden. Nationales oder internationales Datenvolumen (in ganz verschiedenen Grössen), für einen Tag, einen Monat oder das ganze Jahr. Darüber hinaus gibt es verschiedene Optionen, welche zusätzlich zum Mobile-Vertrag frei kombinierbar sind (Festnetztelefonie, Internetzugang, TV Anschluss, Pay TV etc.).

Im Vergleich dazu sind die Fitnessangebote noch immer eher statisch abgebildet. Der technologische Fortschritt, insbesondere der Fortschritt bei der entsprechenden Branchensoftware, ermöglicht immer grössere Flexibilität bei der Produkteauswahl und deren Präsentation auf dem Webshop.

Bei den Trainingseinheiten im Studio werden dann die persönlichen Daten getrackt und analysiert. Mit diesen Daten können dann dem Kunden gezielt auf ihn genau zugeschnittene Angebote präsentiert werden. Darüber hinaus können die individuellen Produktepakete mit dem dynamischen Pricing kombiniert werden. Dies führt dazu, dass ein Wettbewerbsvorteilt ermöglicht wird indem dass Kundenbedürfnisse verstanden und die passenden Produkte zur richtigen Zeit dem richtigen Kunden angeboten werden. Eine Win-Win Situation für alle, die Zielgruppe aber auch für das Unternehmen.

Fit for future

Es besteht kein Zweifel, dass sich auch in der Fitnessbranche in den nächsten Monaten und Jahren einiges verändern wird, sowohl bei den Individualisierungsgraden von Angeboten wie auch in den verschiedenen Preismodellen. Es ist unabdingbar, dass sich Fitnesscenter mit diesen Veränderungen auseinandersetzen und damit sie den Anschluss an den immer grösser werdenden Wettbewerb nicht verpassen. Das Ziel muss sein, dass sowohl Kunde wie auch Unternehmen von diesen Veränderungen profitieren können.

Toni Betschart

Über 15 Jahre Branchenerfahrung, arbeitet bei ONE Training Center AG als Regionalleiter.
Ausbildungen: Eidg. Dipl. Schneesportlehrer / Fitnesstrainer mit Eidg. Fachausweis / Bachelor in Fitnessökonomie.
Experte Tätigkeit: Prüfungsexperte für die Berufslehre Fachmann / Frau Bewegungs- und Gesundheitsförderungen sowie für den Fachausweis Spezialist /Spezialistin Bewegung und Gesundheitsförderung.

Philipp Musshafen

Ausgebildeter Hotelier HF/SHL, führt und verwaltet mehrere Event-Locations und veranstaltet Konzerte, Shows und Events.
Mehrere Jahre Erfahrung im Erstellen von neuen Preismodellen im Kulturbereich sowie Dynamisches Pricing in der Hotellerie.
Neben Fitness sind Fussball, Biken, Berglaufen, SUP und Wake surfen seine Hobbies.

Die Autoren sind Teilnehmer des Executive MBA Wirtschaft der Hochschule Luzern

Besucherrekord mit mehr als 1’100 Teilnehmern geknackt

Der Aufstiegskongress «Touch & Tec – NEXT LEVEL» und wissenschaftliche Vorkongress «Up-to-date», vom 24. bis 26. Oktober 2019, übertrafen mit über 1’100 Teilnehmern die Erwartungen und knackten den Besucherrekord von 2018. In Fach-Foren, Vorträgen und Seminaren präsentierten 25 Experten der Zukunftsbranche Prävention, Fitness, Sport und Gesundheit die neusten wissenschaftlichen Erkenntnisse und klärten aktive Gesundheitsgestalter über die Möglichkeiten von «Touch» und «Tec» auf.

Die Referenten und Veranstalter freuten sich über interessierte Teilnehmer und volle Säle

Um den Kunden aktiv und individuell bei der Erreichung seiner Ziele zu unterstützen, müssen dessen Bedürfnisse erfasst und bedient werden. Daher gilt die persönliche Betreuung gerade im Fitness- und Gesundheitsbereich als oberste Priorität. Wie können Fitness- und Gesundheitsanbieter von technischen Neuerungen profitieren und wie kann dieser Support («High Tec») Ressourcen freisetzen, die wiederum von den Mitarbeitern für eine individuelle Betreuung und Motivation («High Touch») eingesetzt werden können? Und wie lässt sich auf diese Weise langfristig «High Profit» generieren? Der Aufstiegskongress lieferte hier Antworten in Form von spannenden Vorträgen, praxisnahen Intensivseminaren und den beliebten Fach-Foren Management, Ernährung, Coaching, Training, Sportökonomie sowie Betriebliches Gesundheitsmanagement.

Ein weltmeisterlicher Freitag

Bereits am ersten Kongresstag wurde ein umfangreiches Programm geboten: Zahlreiche renommierte Speaker aus der Branche sprachen aus der Praxis für die Praxis. Vor allem Fach- und Führungskräfte von Fitness- und Gesundheitsanlagen kamen voll auf ihre Kosten. Der prominente Höhepunkt am Freitag war unbestreitbar der Vortrag von Jan Frodeno, der zwei Wochen zuvor erneut den Ironman in Hawaii — mit neuem Streckenrekord — gewonnen hat. Der frischgebackene Weltmeister berichtete über seine grossen Erfolge, die Rückschläge und wie er sich immer wieder an die Spitze zurückgekämpft hat. Die Menge war begeistert, bekundete dies mit stehenden Ovationen. Jeder Besucher konnte sich zudem über sein Buch «Eine Frage der Leidenschaft» freuen. Nach seinem Vortrag nahm sich der Ausnahmeathlet zum Signieren der Bücher, für Fotos und ein kurzes persönliches Kennenlernen noch über eine Stunde Zeit. Auch die von Pierre Geisensetter moderierte Podiumsdiskussion widmete sich einem ähnlichen Thema: «Wie können Leistungsträger entwickelt und nachhaltig geführt werden, damit ein Team entsteht, das einen echten Unterschied macht?» Mit Timon Pauls als Speaker des diesjährigen Nachwuchsforums betrat anschliessend ein Best-Practice-Beispiel die Kongressbühne. Er referierte zu dem Thema «Mit High Tech und High Touch zukünftige Top-Leistungsträger früh erkennen, entwickeln, fördern und führen!» Der 27-jährige Chefscout und Kaderplaner des Fussballbundesligisten FC Augsburg berichtete über die Erfahrungen, die er bereits in seiner äusserst erfolgreichen Karriere (u. a. beim FC Bayern München) gemacht hat.

Triathlon-Weltmeister Jan Frodeno als Top-Speaker auf dem Aufstiegskongress

Zwangloses Networking
Der Aufstiegskongress bot auch neben dem Kongressprogramm zahlreiche Gelegenheiten, um das berufliche Netzwerk zu pflegen und auszubauen: Sowohl das abendliche Get Together (inklusive Buffet und Live-DJ) am Freitag als auch die jederzeit verfügbare Kongress-Lounge als beliebter Treffpunkt für alle Besucher des Aufstiegskongresses bildeten eine grossartige Plattform zum Kennenlernen sowie zum fachlichen und lockeren Erfahrungsaustausch.

Vielfältiges Programm für unterschiedliche Interessen
Für Ungeduldige startete der Samstag schon früh: Die als Rahmenprogramm angebotene morgendliche Laufeinheit mit dem ehemaligen Europameister über 5'000 Meter, Prof. Dr. Thomas Wessinghage, war trotz der frühen Stunde gut besucht, auch die zur selben Zeit stattfindende Yogastunde erfreute sich grosser Beliebtheit. Für alle anderen fing der zweite Kongresstag mit dem Fach-Forum Training, gefolgt von Management, Coaching, Ernährung, Betriebliches Gesundheitsmanagement und Sportökonomie an. Den Teilnehmenden wurde ein spannendes Programm sowie wertvolle Anregungen durch erfolgreiche Konzepte präsentiert. Parallel zu den Fach-Foren gaben die beiden Intensivseminare «Instagram-Marketing» und «Existenzgründung» den Kongressteilnehmern Gelegenheit, praxisnah und interaktiv von den Profis aus der Branche zu lernen.

Im Gespräch mit Referenten und Firmen
Um sich ganz individuell bei namhaften Firmen einen Überblick über neue Produkte, Trends und Angebote zu verschaffen, konnten Kongressteilnehmer jederzeit die Partner-Ausstellung besuchen. So konnten sie sich auch abseits der Vorträge und Seminare umfassend informieren und mit den Unternehmen austauschen. In der Speakers Corner bot sich sogar die Möglichkeit, nach den Vorträgen das Gespräch mit den Referenten zu suchen und in einer persönlichen und lockeren Atmosphäre offene Fragen zu klären. Besonders dieses Angebot erfreute sich grosser Beliebtheit.

Wissenschaftlich auf dem neuesten Stand
Bereits am Vortag des Aufstiegskongresses, am 24. Oktober, bot der wissenschaftliche Vorkongress «Up-to-date» den Kongressteilnehmenden zusätzlichen wissenschaftlichen Input und neue Kontaktmöglichkeiten. Hier sprachen Professoren und Forscher der DHfPG, weiterer Hochschulen sowie Forschungspartner in Kurzvorträgen über aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse in den Themengebieten Prävention, Fitness, Sport und Gesundheit. Über 200 Teilnehmer nutzten diese besondere Gelegenheit, um sich auf den neuesten Stand zu bringen.

Der Aufstiegskongress 2020
Auch im kommenden Jahr werden der Aufstiegskongress vom 9. bis 10. Oktober sowie der wissenschaftliche Vorkongress am 8. Oktober 2020 im m:con Congress Center Rosengarten in Mannheim stattfinden. Wir freuen uns darauf, Sie 2020 wiederzusehen!

Für weitere Informationen besuchen Sie uns auf der Webseite des Aufstiegskongresses:
www.aufstiegskongress.de

Die Partner-Ausstellung war auch in 2019 ein voller Erfolg

1‘100 Teilnehmer kamen zum diesjährigen Aufstiegskongress nach Mannheim

Vorträge, Fach-Foren und Intensivseminare bildeten das Programm des diesjährigen Aufstiegskongresses

Heinz Thürig, René Stoss, Paul Eigenmann, Roger Gestach

In der Speakers Corner konnten Teilnehmende und Referenten sich nach den jeweiligen Vorträgen austauschen

Die Podiumsdiskussion mit renommierten Fachleuten der Branche

five

DEINE POSITIONIERUNG IM GESUNDHEITS-MARKT

INKL. TRIGGERSCHULUNG VOR ORT, MARKETINGPAKET UND VOLLUMFÄNGLICHER BERATUNG

DIE FIVE-TRIGGERWAND

SO PACKEN DEINE MITGLIEDER IHRE SCHMERZEN AN DER WURZEL

An der Triggerwand können die Triggerpunkte im ganzen Körper mit einer einfachen Anleitung selbstständig aufgespürt und bearbeitet werden. Verspannungen und Blockaden, die z. B. durch Fehlhaltungen entstanden sind, können gelockert und gelöst werden, um optimal auf das anschliessende Beweglichkeits- oder Krafttraining vorzubereiten.

Nach einer Einweisung durch dein von uns geschultes Trainerteam kann jedes deiner Mitglieder zu seinem eigenen Therapeuten werden und den Schmerz an der Wurzel packen, statt nur kurzzeitig Abhilfe zu schaffen. Wer einmal am eigenen Körper erlebt und verstanden hat, dass er gewisse Beschwerden ohne Arznei oder sogar Operationen in kurzer Zeit – ganz ohne fremde Hilfe – verbessern kann, wird sie in Zukunft nicht mehr missen wollen.

milon alpine AG
suisse@milon.com
Tel.: +41 (0) 79 173 10 24

www.five-konzept.ch www.five-konzept.de

Geld verdienen für Studios oder auch Einzel-Trainer – einfach und ohne Risiko!

Ein gesunder Lebensstil hat für sehr viele Leute einen immer grösseren Stellenwert. Wir sind hinsichtlich Gesundheit heute vielen negativen Einflüssen ausgesetzt: Stress, Schlafgewohnheiten (Dauer, Qualität), Bewegungsmangel, zu wenig Mikro-Nährstoffe in der Nahrung, usw. Die Firma HIMMELBACH aus dem Naturparadies Muotatal hat sich in dieser Hinsicht Gedanken gemacht und bringt Lösungen auf den Markt, die einfach und schnell umzusetzen sind. Nun sind Partner gesucht, welche diese «Lösungs-Pakete» ihren Kunden und Interessenten anbieten — profitieren ohne Risiko!

Wir bringen die Kraft der Natur auf schnelle, einfache und 100% natürliche Art zu den Kunden.» Beny Treier vor dem «Bürogebäude» der HIMMELBACH GmbH.

Mit der STOFFWECHSELKURschweiz als Experte positionieren – spannend und erfolgreich!

Mit der STOFFWECHSELKURschweiz ist ein erstklassiges, ganzheitliches Konzept auf dem Markt, um den Stoffwechsel und die damit verbundenen Vorteile innert 8 Wochen so richtig auf «Vordermann» zu bringen. Bereits über 40 Kuranbieter schweizweit bringen dieses Konzept ihren Kunden näher. Unter den Kuranbietern finden sich nebst Fitnesscentern auch Ernährungsberater, Naturheilpraktiker, Personaltrainer und weitere Personen, denen die Gesundheit der Mitmenschen wichtig ist. Die STOFFWECHSELKURschweiz basiert auf 4 Säulen:

Das Konzept ist sehr durchdacht aufgebaut. Es ist für den Kuranbieter extrem einfach in der Umsetzung und kann mit kleinem Zeitaufwand dem Kunden angeboten werden. Für den Kunden ist es leicht verständlich, visuell dargestellt und im Alltag einfach umsetzbar.

HIMMELBACH-Vitalpaket – ein 100% natürliches Schweizerprodukt

Seit Neustem bietet HIMMELBACH erstklassige Vital-Pakete an. Es handelt sich dabei um rein natürliche Vitalstoffe. Diese bieten eine synergetisch ausgeklügelte Mikro-Nährstoffversorgung an, die zahlreiche Vorteile für unsere Gesundheit und Leistungsfähigkeit hat: Entgiften, Stoffwechsel anregen, Appetit regulieren, Begünstigung des Fettstoffwechsels, verbesserte Regenerationsfähigkeit und vieles mehr. Es stehen drei verschiedene Vital-Pakete zur Auswahl. Der Kunde wählt «sein» Paket. Dieses wird ihm Monat für Monat kostenlos nach Hause geliefert.

Dank dem Vertriebskonzept muss ein Partner (zum Beispiel ein Fitnesscenter, Personaltrainer,...) keine Produkte an Lager nehmen! Er hat damit NULL-Risiko. Mit dem Beratungsflyer informiert er lediglich seine Kunden über die Vorteile und hilft allenfalls bei der Wahl des geeigneten Vital-Pakets. Die Partner von Vital-Paket erhalten bei jeder Bestellung ihrer Kunden 20% Cashback — und dies Monat für Monat.

Ein spannender Zusatzverdienst ohne jegliches Risiko. Dem Kunden kann endlich ein seriöses, 100%-natürliches Schweizer-Produkt angeboten werden. Dieses hilft einem gesunden Lebensstil näher zu kommen. Fairness ist ein grosses Thema. So gibt es weder Mindestabnahmen, noch Mindestlaufzeiten.

STARTERAKTION: Melden Sie sich jetzt als Partner für Vital-Paket oder auch für Anbieter der STOFFWECHSELKURschweiz. Sie erhalten dann ein Begrüssungs-Paket mit HIMMELBACH-Produkten im Wert von über **100 Franken geschenkt!** Kontakt:
info@stoffwechselkurschweiz.ch
www.vital-paket.ch , www.stoffwechselkurschweiz.ch

Herbstgefühle, Besinnlichkeit und Vorfreude

Als ich meine ersten Notizen zu diesem Thema machte, stieg das Thermometer nochmals in Richtung 20 Grad und an Weihnachten zu denken lag in weiter Ferne. Es war Ende Oktober und die Sonne wärmte mir den Rücken. Doch nun ist der Herbst eingetroffen. Die Blätter an den Bäumen versuchen krampfhaft noch ein paar Tage durchzuhalten, bevor ihre Kraft ganz nachlässt und sie den Boden mit schönen Farben zudecken. Eine schöne Zeit. Von mir aus, dürfte es ruhig länger Herbst bleiben. Nicht nur die Natur wird ruhiger und sanfter. Auch die Menschen. Alles wird langsamer.

Doch der Schein trügt. Beim abendlichen Spaziergang stelle ich fest, dass der Konkurrenzkampf bereits eröffnet ist. Wer hat die schönste Weihnachtsbeleuchtung? Beim einen oder anderen Vorgarten trifft mich fast der Schlag. Finden da die Menschen, die in diesem Haus wohnen, vor lauter Lichterketten, Schneemännern und Rentieren noch den Hauseingang? Aber nicht nur in den Vorgärten, auch in den Geschäften läuft das Vorweihnachtliche Geschäft auf Hochtouren. Was für ein Treiben. Lebkuchen, Formen zum Backen, Dekomaterial bis hin zu den passenden Überzügen für die Stühle am Tisch — alles ist bereit für die besinnlichen Tage. Die Gartenabteilung wird in einen Weihnachtmarkt umgebaut und den Verkäuferinnen ist der Stress auf die Stirn geschrieben.

Die Kochzeitschriften versuchen sich gegenseitig die besten «Guetzlirezepte» streitig zu machen, wobei meiner Meinung nach die alt bekannten Rezepte für Mailänder, Brunzli, Spitzbuben und Chräbeli immer noch am besten schmecken. Aber der grösste Stress steht noch an: Geschenke! Soll es dieses Jahr ein Parfum von Dior sein oder doch ein neues iPhone? Oder vielleicht doch ein Wellnesswochenende zu zweit? Obwohl, die Buchung sollte direkt nach dem Einkaufswahnsinn stattfinden, denn da hat es jeder am nötigsten.

Ich sitze in einem Kaffee in der Stadt und beobachte das Treiben der Menschen. Ich liebe das. Ich versuche einen Vergleich mit einem Ameisenhaufen zu machen. Wenn man sich diesen genauer ansieht, ebenfalls wirres Umherrennen. Meint man auf den ersten Blick. Aber habt ihr schon mal beobachtet, dass eine Ameise in eine andere reinläuft? Das gibt es nicht. Gut man könnte jetzt sagen, dass der Ameisenhaufen eine Gemeinschaft ist. Sind wir Menschen denn das nicht auch? Was sicher ein grosser Vorteil der Ameisen ist, sie besitzen keine Smartphones.

Und dann die Einkauforganisation — wie von Wespen in den Hintern gestochen. Vom Bücherladen in die Sportabteilung, hin zu den Elektrogeräten und zuletzt doch in die Haushaltsabteilung. Ist es denn so wichtig — DAS Geschenk zu schenken? Wie wäre es mit etwas mehr Besinnlichkeit? Warum nehmen wir die Ruhe vom Herbst nicht mit in den Winter? Lese ich doch in einer Zeitschrift, dass in der Schweiz jährlich über 40% an Erschöpfung arbeitsunfähig werden. Zahlen zunehmend. Macht mich nachdenklich. Ich für mich entscheide, dass MEIN Herbst länger dauert.

Und zu guter Letzt folgt noch die Zusammenstellung des perfekten Menüs für das Weihnachtsmal. Sushi, Thai oder doch das allbewährte Fondue Chinoise? Ein schön gedeckter Tisch, die Familie ist zusammen und man geniesst den Abend mit einem nächtlichen Spaziergang durch die hellbeleuchteten Dorfstrassen mit Sonnenbrille. Im Herzen die Besinnlichkeit und ein Stück des Herbstgefühls — was für eine Vorfreude.

Priska Hasler

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

Anzeige

Offensive Strategien für den Wachstumsmarkt

«Ja, aber die Leute wissen doch, dass sie was tun müssen.» So und ähnlich lauteten Reaktionen auf meinen letzten Beitrag mit dem Titel: «Wettbewerbs- vs. Wachstumsstrategien». Darin stellte ich den defensiven Wettbewerbsstrategien von Porter eine Offensivstrategie gegenüber. Ich warb dafür, die Einzelstudios sollten nicht warten, bis die Menschen zur Tür hereinspazieren, sondern sie sollten aktiv auf sie zugehen, um sie für das Muskeltraining zu gewinnen. Denn 90 Prozent der Menschen wissen vielleicht, dass sie etwas tun müssen, aber wissen sie auch, was? Ihre Muskeln spielen für sie dabei jedenfalls eine eher untergeordnete Rolle. Denn wenn ich auf meinen Vorträgen frage, was sie wichtiger finden, starke Muskeln oder Herz-Kreislauf-Training, sagen sie: «Herz-Kreislauf-Training.»

Frage ich sie, ob sie starke Muskeln wichtiger finden oder eine gesunde Ernährung, sagen sie: «Eine gesunde Ernährung.»

Dürfen da nicht Zweifel aufkommen daran, was die Leute wirklich wissen? Ich habe einmal mit dem Gedanken gespielt, sie zu fragen, für was sie eher auf die Strasse gehen würden, für mehr Muskeln oder für mehr Klimaschutz? Ich bin mir sicher, sie würden sagen: «Für mehr Klimaschutz».

Aber ist das auch so selbstverständlich, wie es für alle klingen mag? Und vor allem:
Wie will die Branche weiterwachsen, wenn sie insgeheim selbst glaubt, alles sei bedeutsamer als der Aufbau starker Muskeln?

Natürlich ist es richtig, dem Klimawandel entgegenzuwirken. Dabei geht es weniger um den Schutz des Klimas als des Menschen. Insofern ist Klimaschutz ein Ideal. Menschliche Ideale erscheinen jedoch suspekt, wo sie die Menschen in unterschiedliche Lager spalten und Glaubenskriege auslösen. Werden zum Beispiel ernstzunehmende, kontroverse Ansichten beim Weltklimarat nicht zugelassen — worauf eine Meldung in der Tagesschau verwies —, laufen wir Gefahr, dass menschliche Ideale nicht mehr dem Menschen dienen, sondern die Menschen den Idealen. Gern lässt sich der Mensch Schuld zuweisen, denn mit Schuld kann er leichter leben, als mit der Gewissheit, machtlos zu sein. Wer schuld ist, kann sich bessern, und als geläuterter Mensch wieder Einfluss nehmen. Sehr schön beschreibt das Robert Harris in seinem Buch «Pompeji». Selbst beim Ausbruch des Vesuvs haben die Einwohner Pompejis noch geglaubt nicht «gottgefällig» genug gelebt zu haben. Es beängstigt eben nichts mehr als die Erkenntnis, völlig machtlos zu sein. Und ob der Klimawandel — vom Menschen verursacht oder nicht — noch aufzuhalten sein wird oder wir ihm machtlos gegenüberstehen, so richtig zu wissen scheint das noch keiner.

Was wir dagegen sicher wissen ist, dass die Menschheit auch bei idealer Lebensweise diesen Planeten eines Tages wird verlassen müssen. Bill Bryson erzählt in seiner «kleinen Geschichte von fast allem», wie klein und begrenzt im Vergleich zur Grenzenlosigkeit des Universums unser Lebensraum hier auf der Erde jetzt schon ist. Wir können weder in der Wüste leben, noch an den Polen, noch im Meer. Wir können uns nicht tief eingraben und auch unser Spielraum, von der Erde abzuheben, ist begrenzt — derweil die Menschheit weiterwächst. Und selbst wenn sie auch dieses Problem in den Griff bekommt, wird unsere Erde irgendwann in die Sonne stürzen.

Professor Elke Zimmermann sagte mir einmal in einem persönlichen Gespräch, dass die Menschheit nur überleben werde, wenn sie es schaffe, diesen Planeten zu verlassen, und ihr grösstes Hindernis dabei sei ihre Abhängigkeit von ihrer Muskulatur. Die Funktionalität unseres Körpers bestehe auf der Belastung durch die Erdanziehung. Fehle die Belastung, verlören wir unsere Belastbarkeit. Wir zerbrächen wie Salzstangen. Genauso, wie Menschen im Alter von über 80 Jahren zumeist am Zerbrechen ihrer Knochen sterben. Entsprechend werden wir sicher noch viel Zeit brauchen, um das Problem mit der Abhängigkeit von unseren Muskeln zu lösen. Bis dahin allerdings müssen wir sie belasten, denn wir brauchen die Belastung für eine ausreichende Belastbarkeit. Es ist wahrscheinlicher, dass wir nicht am Klimawandel sterben, sondern vorher bereits an der Kraftlosigkeit unserer Muskeln.

Die Wissenschaft weiss heute schon, dass unsere Kinder — obwohl sie 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

ihrer medizinischen Versorgung her 100 Jahre alt werden könnten — die Lebenserwartung ihrer Elterngeneration nicht mehr erreichen wird. Der Grund ist fehlende Belastung, die bis zur Pubertät erforderlich gewesen wäre, damit der kindliche Organismus eine Belastbarkeit erreichte, die Voraussetzung wäre, um den Belastungen eines so langen Lebens, wie es uns heute eigentlich beschieden wäre, auch gewachsen zu sein. Anders als ihre Elterngeneration leben die Kinder ihr Abenteuer heute nicht mehr unter Einsatz ihrer Muskeln auf dem Spiel- oder Sportplatz aus, sondern sie erleben ihre Abenteuer am Handy und vor dem Computer — und zwar ohne Anstrengungen ihrer Muskulatur. «Fridays for future» als Protestveranstaltung für mehr Sport und körperlichen Ausgleich in der Schule wäre also sicher nicht weniger angezeigt denn als Veranstaltung für mehr Klimaschutz.

Erst im September berichtete «Der Standard.at» über eine Meta-Analyse die im «Journal of the American Medical Directors Association» veröffentlicht wurde. Insgesamt wurden in dieser grossangelegten Studie 39'852 Patienten berücksichtigt, mit dem Ergebnis: «Wer schwache Muskeln hat, stirbt früher.»

Das stimmt für unsere Kinder ebenso wie für Menschen, deren Muskulatur im Alter beginnt zu schwinden. Professor Elke Zimmermann wird dabei sehr konkret. Sie sagt, dass auch Frauen mit 80 Jahren mindestens zwei bis drei Klimmzüge schaffen sollten, wenn sie 100 Jahre alt werden, beziehungsweise die 80 Jahre bei entsprechender Lebensqualität erleben wollen. Deshalb ist es gut, wenn es Menschen gibt, die für mehr Klimaschutz auf die Strasse gehen, aber es sollte auch Menschen geben, die es für unsere Muskeln tun. Und von wem sollte die Initiative ausgehen, wenn nicht von den Einzelstudios?

Offensive Strategien anwenden heisst also, auf die Strasse zu gehen. Offensive Strategien bedeuten, den Menschen vor Augen zu führen, dass mehr Pflegekräfte das Problem nicht lösen werden, sondern einzig und allein der Aufbau unserer Muskulatur. Offensive Strategien bedeuten, darüber zu informieren, dass Menschen mit mehr Muskeln nicht nur nachweislich älter werden, sondern starke Muskeln im Alter auch eine höhere Lebensqualität garantieren. Gehen wir also auf die Strasse und starten wir eine Offensive für mehr Muskeln. Für mehr Klimaschutz haben wir Greta Thunberg, die Community für mehr Muskeln gründen wir.

Was wir uns von Greta Thunberg dabei allerdings abschauen können, sind ihre Fähigkeiten im Aufbau einer weltweiten Community. Ein 16jähriges Mädchen, das vor einem Jahr noch keiner kannte, und heute kennt sie die ganze Welt. Wie hat sie das gemacht?

«Community» heisst Gemeinschaft, und das Wesen der Gemeinschaft ist ihr Zweck. Wer also eine Community gründen möchte, muss es verstehen, die Menschen hinter diesem einen Zweck zu vereinen. Damit steht die Gemeinschaft im entscheidenden Gegensatz zur Gesellschaft. In einer Gesellschaft ist der Zweck akzeptiert. Deshalb geht es innerhalb einer Gesellschaft weniger um den Zweck als um die Mittel zum Zweck. In einer Gesellschaft stehen somit nicht die Muskeln im Mittelpunkt, sondern die Beiträge für das Muskeltraining. Wer also seine Beiträge nicht diskutieren möchte, der konzentriere sich auf den Zweck. Je interessanter, ja, existentieller der Zweck, umso relativer erscheinen die Beiträge. Entsprechend wichtig ist es für die Einzelstudios, nicht ihre Beiträge, ihre Qualität oder ihr breitgefächertes Angebot in den Mittelpunkt zu rücken, sondern den einzigartigen Zweck ihres Unternehmens. Nicht für mehr Gemüse, mehr Bewegung und bessere Gesundheit sollten sie in die Offensive gehen, sondern ausschliesslich für diesen einen existentiellen Zweck. Mario Görlach hat ihn als erster mit dem Begriff «Sarkopenie» auf den Punkt gebracht. Es ist die «Entfleischung» des Menschen, der die Fitnessindustrie begegnen muss. Den Muskelverlust aufhalten! Ein Ziel, das nicht erreicht wird durch mehr Bewegung oder gesündere Ernährung, sondern allein durch gezielte «Wachstumsreize». Und weil sich Wachstumsreize wohldosiert und gezielt am besten an Trainingsmaschinen setzen lassen, bietet das Setzen gezielter Wachstumsreize der Fitnessbranche ihr Alleinstellungsmerkmal.

Holistisches Fitnesskonzept

Im Le Mirador Resort & Spa in Le Mont-Pèlerin können Hotelgäste und Fitnessclub-Mitglieder nach dem Seven Heaven Fitness-Konzept trainieren. Der Brand «Seven Heaven Hotel Health Club» steht für ein erstklassiges Fitness- und Wellnesserlebnis. Das neue Lifestyle-Konzept bedient damit einen zentralen Trend in der Hotellerie. Die FITNESS TRIBUNE wollte mehr über das Konzept und das Hotel in Erfahrung bringen und hat die beiden Verantwortlichen im Le Mirador Resort & Spa besucht.

Jochen Müller und Benjamin Müller-Rappard

Roger Gestach im Gespräch mit Jochen Müller und dem Hotelier Benjamin Müller-Rappard:

RG: Benjamin, vielen Dank für die Einladung an diesen herrlichen Ort. Wie seid Ihr auf dieses Fitnesskonzept gestossen, respektive warum wolltet Ihr etwas verändern?

BM: Seit der Erbauung des Hotels haben wir schon immer Fitness und Wellness angeboten. Das Thema Fitness war schon immer sehr wichtig, aber keine Kernkompetenz. Wir hatten 220 Jahresmitglieder, Tendenz aber leicht rückläufig. Ausserdem war die Herausforderung, dass unsere Hotelgäste vielfach nur einmalig bei uns zu Gast waren, diese vom Fitnesslevel her vom Anfänger bis zum Profi reichten und wir eben auch viele «Residents» als Kunden haben. Daher haben wir ein einfach umzusetzendes Konzept gesucht, das allen unseren Kunden gerecht werden wird.

RG: Jochen, erzähl uns doch bitte mehr über die Details hinter Deinem Konzept.

JM: Seven Heaven Health Club steht für Premium Fitness und Wellness sowie Lifestyle. Das Konzept basiert auf den folgenden sieben Pfeilern: (1) Ausdauer, (2) Kraft, (3) Beweglichkeit, (4) Koordination; sowie (5) mentales Wohlbefinden, (6) gesunde Lebensweise und (7) soziale Kontakte mit Gleichgesinnten.

Das Konzept ist individuell, verbindlich und beinhaltet folgende Leistungen: Persönliche Einführung und Trainingsplan, vier individuelle Coachings pro Jahr, eine Körperfett-Analyse um Fortschritte zu messen, unbegrenzter Zugang zu Gruppenkursen mit professionellen Trainern. Ausserdem eine App mit Trainingsalternativen für zu Hause, Kraft-, Cardio-, Functional- und Stretchingzonen, ein vernetzter Bio-Circuit mit Nasa-Technologie und eine einzigartige Wellnesslandschaft mit Aufgusszeremonien.

Der Kunde soll ein 5 Sterne Gefühl erhalten, welches wir mittels folgenden Massnahmen bereitstellen: Erstklassige Architektur, exklusive Bar & Lounge Bereiche, Lifestyle Events für Mitglieder und Spezial Angebote in den Seven Heaven Hotels und Restaurants.

RG: Benjamin, wie habt Ihr dieses Konzept nun bei Euch integriert und was hat sich verändert, seit Ihr dieses eingeführt habt?

BM: Mit Seven Heaven verfügen wir über ein Fitness-Konzept für regionale Mitglieder sowie für unsere Hotelgäste. Es beinhaltet Trainingsmöglichkeiten, welche im Fitnesscenter, im Hotelzimmer oder draussen in der freien Natur umgesetzt werden können. Hotelgäste können bei ihrem Aufenthalt kostenlos vom Seven Heaven Angebot profitieren. Anschliessend erhalten sie während vier Wochen Trainingstipps und Anleitungen mittels der Seven Heaven App. Seven Heaven ist in erster Linie ein Betreuungs- und Beratungskonzept. Nach einer Bedarfsanalyse werden persönliche Trainingspläne erstellt. Da Seven Heaven auch ein holistisches Konzept ist, sind diese Trainingspläne ganzheitlich definiert. Die Kunden können ihre physischen Fähigkeiten in Kraft, Ausdauer, Beweglichkeit und Koordinationsfähigkeit verbessern. Ebenfalls sind andere Faktoren wie Entspannung, Körperhygiene, Ernährung oder Geselligkeit enthalten.

All diese Faktoren haben Einfluss auf unsere Gesundheit. Da es auch zentral ist, regelmässig den Trainingsreiz anzupassen, bekommen die Mitglieder alle 12 Wochen einen neuen Trainingsplan. Dann können auch diverse Ergebnisse gemessen werden, wie z. B. der Körperfettanteil.

Zudem ist das Le Mirador Resort & Spa QualiCert zertifiziert. Mitglieder die über einen entsprechenden Versicherungsstatus verfügen, können dadurch Präventionsbeiträge bei ihrem Krankenversicherer beantragen. Das Le Mirador Resort & Spa ist das erste Hotel in der Schweiz, welches dieses Konzept anbietet. Wir unterstützen die Gäste und Kunden des Fitnesscenters, ihr persönliches Lebensziel zu erreichen und das in einer ausserordentlichen Atmosphäre. Seit der Einführung vor 6 Monaten konnten wir eine Verjüngung unseres Mitgliederstammes beobachten. Unsere bisherigen Mitglieder waren 60+. Die neuen Kunden sind eher 40+.

RG: Eine Trainingsmöglichkeit an einem so exklusiven Ort hat bestimmt auch ihren Preis. Wie zufrieden seid Ihr grundsätzlich mit den Zahlen?

BM: Klar, eine Mitgliedschaft bei uns ist nicht billig, eine Jahresmitgliedschaft kostet CHF 2'800.-. Unsere Kunden erhalten mit unseren Benefits, wie z. B. Vergünstigungen im Restaurant und Wellnessangebote und viele andere Inklusivleistungen, ein exklusives Paket und ausserdem sind wir das einzige Hotel weltweit, das über einen BioCircuit verfügt. Unsere Trainingsfläche ist 272 Quadratmeter gross, inklusive Kursraum und Garde-

roben sind es total 550 Quadratmeter (ohne Wellness). Und wir haben eine Erneuerungsquote von 80 Prozent.

RG: Was sind Eure nächsten Ziele?

BM: In erster Linie wollen wir dazu beitragen, dass sich unsere Hotelgäste und Mitglieder wohlfühlen und mit unserem einzigartigen Fitnesskonzept ihren Körper stärken und sich ihre Gesundheit erhalten können. Unser Ziel sind 350 Mitglieder, geplant sind mehrere Events, Yoga- und Morgenkurse mit anschliessendem Frühstück. Ausserdem wollen wir unser Potenzial im Wellnessbereich mittels Kursen und Aquatraining noch besser ausschöpfen und uns mit dem neuen Konzept im Markt differenzieren und uns so von unseren Mitbewerbern abgrenzen.

RG: Warum habt Ihr Euch eigentlich für dieses Konzept entschieden?

BM: Um es ganz kurz zu machen. Wir haben uns einige Konzepte angeschaut, doch das Seven Heaven-Konzept hat uns am meisten beeindruckt. Und dies vor allem wegen Jochen Müller, seiner Expertise, dem exzellenten Service und seinem Spirit hinter dem Konzept.

RG: Jochen, Du bist bei Let's Go Fitness für die Expansion in der Deutschschweiz verantwortlich. Wie bringst Du Deine beiden Engagements unter einen Hut?

JM: Das Konzept zu Seven Heaven habe ich vor meinem Engagement bei Let's Go Fitness bereits entwickelt. Das operative Geschäft führen mittlerweile meine Frau und meine Söhne. Wir sind also ein Familienbetrieb. Ich persönlich halte mich im Hintergrund und stehe beratend zur Seite. Mein Vollzeitjob ist bei Let's Go Fitness.
www.mirador.ch • www.sevenheaven.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

Aggregatoren, Alligatoren und anderes Getier…

Paul Eigenmann / QualiCert AG

Was denn? Wie denn? Wer denn?
Alligatoren, klar. Sind eine Art der Krokodile. «Kiss you later Alligator». Aber was sind Aggregatoren? Und was machen die in der Fitnessbranche? Der Begriff «Aggregat» ist den meisten bekannt. Er bezeichnet in der Technik das Zusammenwirken mehrerer Einzelmaschinen wie beispielsweise ein Notstromaggregat oder ein Kühlaggregat. «Aggregare» ist Lateinisch und heisst «anhäufen» oder «ansammeln» oder «hinzunehmen». In der Fitnessbranche werden Organisationen als Aggregatoren bezeichnet, wenn ihr eigentliches Business darin besteht, den Fitness- und Trainingscentern zusätzlich zu den traditionellen «Mitgliederkunden» neue Kunden hinzusammeln, im Idealfall sogar anhäufen, aber auf andere, als die traditionelle Art und Weise des (Ver)Kaufens einer Standardmitgliedschaft.

Voraussetzung für neue Arten des (Ver)kaufs von Fitnesstraining setzen neue Einkaufsgewohnheiten bei den potentiellen Kunden voraus. Einkaufsgewohnheiten wiederum hängen natürlich stark davon ab, was man kauft, wie viel das «Objekt der Begierde» kostet, wie wichtig eine individualisierte Version des Produktes oder der Dienstleistung ist und wie variantenreich der Käufer das Produkt oder die Dienstleistung nutzen will. Ein Auto beispielsweise kauft kaum jemand online bei Amazon. Bei einem Buch hingegen ist der Online-Kauf und die Zustellung direkt nach Hause wirklich praktisch und auch sinnvoll.

Auch die in der Fitnessbranche allgemein gängige Verkaufsvariante «Dauermitgliedschaft» könnte unter ähnlichen Gesichtspunkten gesehen und perspektivisch beurteilt werden. Dabei ist natürlich keineswegs sichergestellt, dass beispielsweise das Stan-

dardangebot eines Centers — in der Grafik der rote Teilkubus — mit einem hohen Preis, einem grossen Nutzen, aber einer nur geringen Trainingsvielfalt auf die Dauer für viele Kunden attraktiv ist. Allein die Tatsache, dass die Trainingsvielfalt eingeschränkt ist — beispielsweise durch den Maschinenpark — widerspricht ja auch den Grundprinzipien der Trainingslehre...

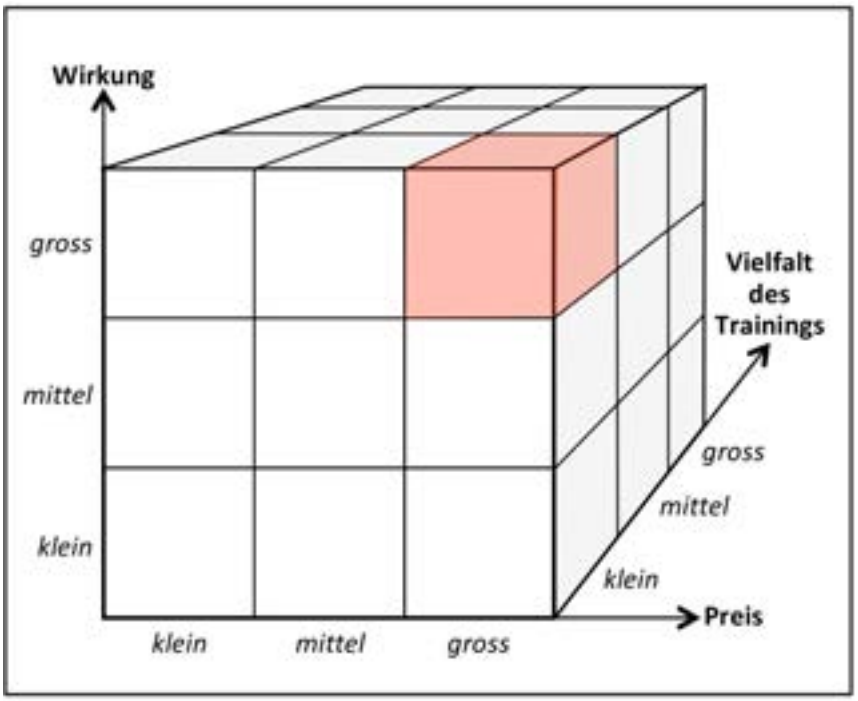
Das typische aktuelle Angebot der Schweizer Fitnessbranche bestehend aus einer Mitgliedschaft mit einer relativ langen Dauer und Angeboten in unterschiedlichen Preissegmenten stimmt offenbar für etwa 1 Million Schweizerinnen und Schweizer, wobei natürlich die Frage gestellt werden muss, warum ein signifikanter Anteil der Mitglieder dem Angebot, welches anfänglich offensichtlich überzeigt hatte, nicht treu bleibt. Der Preis dürfte es nicht sein, gibt es doch Angebote in jedem Preissegment. Ausserdem sind wesentliche der bekannten «Barrieren» gegen die Aufnahme und Beibehaltung eines regelmässigen Trainings beim Fitnesscenterangebot eliminiert:

- Witterungsabhängigkeit
- zeitlich fast unbeschränkter Zugang
- örtliche Angebote mit kurzen Wegen für fast jede Einwohnerin und jeden Einwohner unseres Landes
- individuell, aber nicht allein
- kein Wettkampf und Leistungsvergleich

Liegt es möglicherweise doch am zwar wirksamen, aber eben auch sehr abstrakten und recht eintönigen Training oder an der langen Dauer der vertraglichen Verpflichtung?

Ist die traditionelle Mitgliedschaft vom Aussterben bedroht?

Die Antwort ist eindeutig: NEIN! Aber vielleicht müssen insbesondere für jene Kunden, die nicht zu den Enthusiasten gehören, doch auch noch andere Nutzungsvereinbarungen angeboten werden. Zu diesen Kunden zählen auch viele jener potenziellen Nutzer des Angebotes der Fitnessbranche, die bis heute noch nicht rekrutiert werden konnten. Und für dieses Kundensegment haben Aggregatoren teilweise sehr attraktive Angebote und häufen dadurch im wahrsten Sinne des Wortes zusätzliche Kunden an.

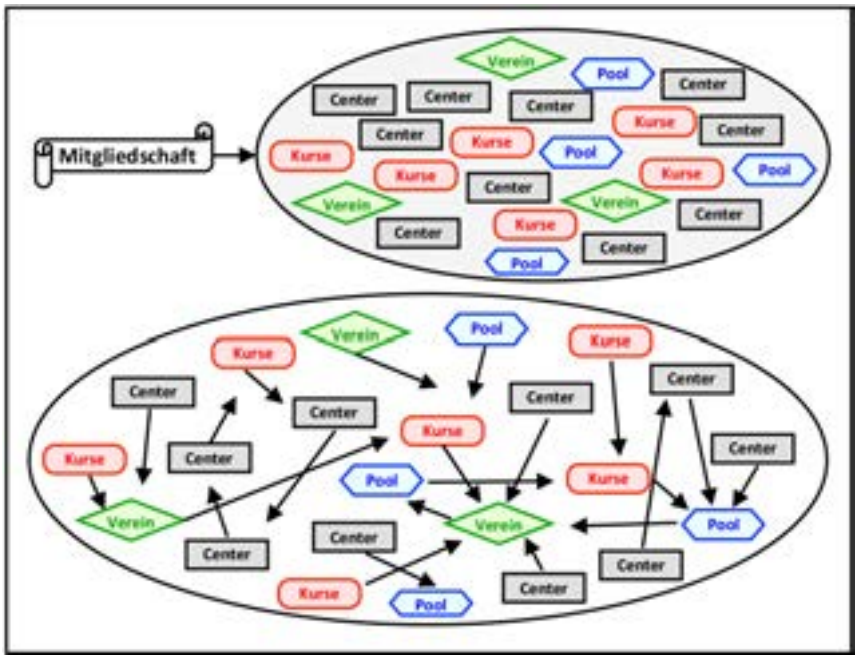


Aggregatoren wie Gymhopper, MyClubs, Gympass, Urban Sports, Qualitrain, Trainaway, Fitpass etc. wenden in ihrem Geschäftsmodell grundsätzlich eines der zwei unten aufgeführten Konzepte an und sind bezüglich Administration auch IT-mässig entsprechend ausgerüstet:

Angebotsverbund mit Verbundsmitgliedschaft, die für den Besuch bei allen Angeboten gilt.

Mitgliedschaft bei den einzelnen Anbietern erlaubt — oft zahlenmässig limitierte — Besuche bei allen andern Anbietern des Verbundes.

Die beiden Konzepte unterscheiden sich natürlich sowohl bei Ihrer Vermarktung als auch bezüglich der Auswirkungen auf die teilnehmenden Anbieter (Center / Sportvereine / Kursanbieter / Schwimmbäder). Die Kernfrage, die sich den Trainingsanbietern — seien es Schwimmbäder, Sportvereine, Fitnesscenter oder Anbieter von Yoga, Pilates, Beckenbodentraining, Nordic Walking etc. — stellt, ist doch «Kosten mich oder bringen mir diese Aggregatoren-Modelle Mitgliedschaften beziehungsweise Umsatz?» Überlegungen und Erfahrungen zu dieser Frage in der nächsten Ausgabe der FITNESS TRIBUNE.



Eine Ära geht zu Ende

Im Juli 2007 ist er in das Unternehmen, welches damals noch miha hiess, eingetreten. Im März 2008 wurde die Firma auf milon umgebrandet und er hat die Distribution der Geräte und Konzepte für die Schweiz und später auch für Österreich übernommen.

Udo Münster hat mit der von ihm in der Schweiz gegründeten Firma milon alpine AG erfolgreich Trainingskonzepte mit elektronisch gesteuerten Fitnessgeräten vertrieben. Am 1. Januar 2015 wurde er dann CEO und Geschäftsführer der milon Holding GmbH.

In den letzten fünf Jahren hat er als CEO bei milon viel bewegt, unter anderem wurde die Digitalisierung vorangetrieben, die neue Geräteserie milon Q eingeführt und das Unternehmen neu strukturiert. Jetzt ist aber Schluss! Ende 2019 gibt Udo Münster seine Funktionen innerhalb der milon Holding ab. Roger Gestach sprach mit ihm.

RG: Udo, nach über sieben Jahren als Distributor und fünf Jahren als CEO von milon steht eine Veränderung bei Dir an. Erzähl uns doch bitte ein paar Details zu Deinem beruflichen Werdegang.

UM: Wenn Du sagst, dass eine Ära zu Ende geht, dann klingt das ja fast so als ob ich in Rente gehe (lacht). Nein, das ist nicht wirklich der Fall. Aber ich habe schon 2015 angekündigt, dass ich mit dem 1.1.2020 beruflich etwas leiser treten und mehr Zeit für mein Privatleben haben möchte. Ich bin seit 38 Jahren beruflich auf dem Gaspedal und gehe jetzt nicht auf die Bremse, aber etwas runter vom Gas.

Für mich haben Sport, Training und Gesundheit immer eine wichtige Rolle im Leben gespielt und der Sport hat meine Jugend stark geprägt. Irgendwie war es für mich fast eine logische Entwicklung, dass ich beruflich schon sehr früh mit der Sportartikelbranche in Berührung kam. Tatsächlich war ich über 20 Jahre in der Ski- und Tennisbranche tätig und auch das hat mich persönlich und beruflich stark beeinflusst, da dieses Business zum einen sehr international ist und ich fast den gesamten Globus bereisen konnte und andererseits eine ausgesprochene B2C Ausrichtung gelebt wird.

RG: Wie kamst Du dann in die Fitnessbranche?

UM: Tja, trotz Sportbranche hat auch mich damals die leider so häufige Bewegungsfaulheit eingeholt und mit ein paar Kilos zu viel auf den Rippen und schwindender Kraft und Beweglichkeit habe ich 2004 eine sehr schmerzvolle Erfahrung mit einem heftigen Bandscheibenvorfall gemacht. Aber zum Glück hat mich das zum Umdenken bewogen und zurück zum Training gebracht. Genauer gesagt zum Training mit einem Physiotherapeuten — der heute übrigens der Geschäftsführer und Partner in meinem Studio in Deutschland ist — in einem ambulanten Reha-Zentrum an Geräten die ich nicht kannte. Die waren vollelektronisch und konnten mit einer Chipkarte gesteuert werden. 2006 habe ich mich dann selbstständig gemacht und über einen gemeinsamen Freund habe ich 2007 Hubert Haupt kennengelernt. Das war das Jahr in dem Hubert die Firma miha gekauft hat und als er mir das Angebot machte, beratend im internationalen Vertrieb des Unternehmens mitarbeiten zu können. Ich war begeistert vom Gedanken für ein Unternehmen tätig sein, das innovativ und einzigartig ist und das in Lösungen und Konzepten denkt. Ein Unternehmen, welches nicht einfach in Produkten oder Geräten denkt. Und somit habe ich den Sprung in ein vollkommen neues Umfeld und Business gewagt.

RG: Du warst branchenfremd als Du den Vertrieb der milon Geräte in der Schweiz und dann auch in Österreich übernommen hast. War der Einstieg in die Fitnessbranche hart und wie waren Deine ersten bleibenden Begegnungen?

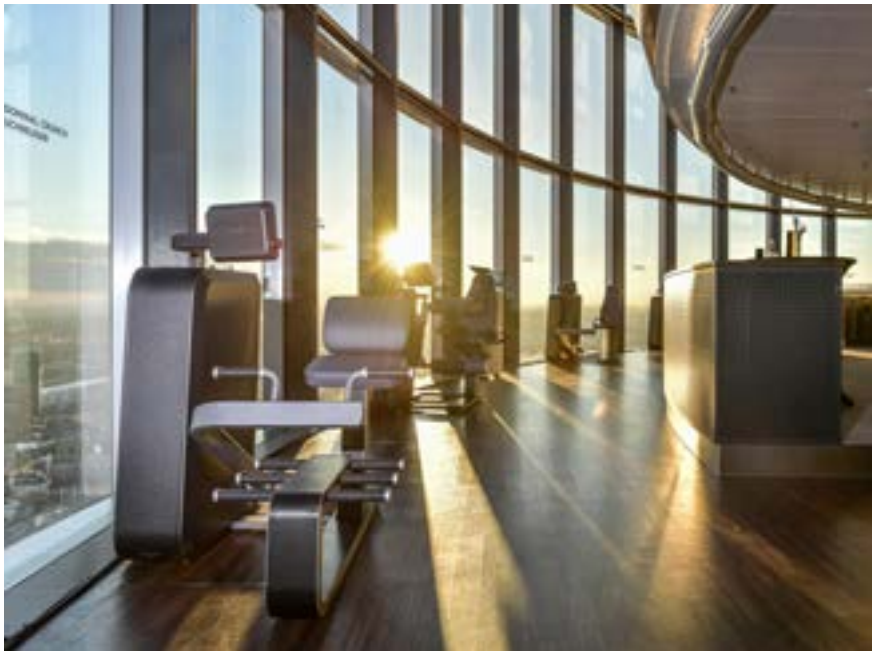
UM: Ich traf schon auf eine vollkommen andere, damals enorm B2B geprägte Investitionsgüterwelt, nachdem ich mit Mario Görlach die exklusiven Vertriebsrechte für die Schweiz vereinbart hatte. Und ich erinnere mich noch sehr gut an den ersten Branchentag 2008 in Luzern — damals hiess der SFGV noch SFCV, das G für Gesundheit kam erst später — ich kannte niemanden und niemand kannte mich. Und wie es der Teufel will (lacht) traf ich an diesem Tag auf Dich, Giusi Verre und Beat Friedli. Das war tatsächlich eine wichtige Begegnung, da ich in Folge zwei Dinge beachtet habe: Erstens zuhören, zweitens lösungsorientiert denken und handeln. Die folgende Zeit war sehr intensiv. Ich war ja noch eine «One-Man-Show». Es gab kaum ein Studio in der Schweiz, welches ich damals nicht besucht habe und in dieser Zeit habe ich zwar noch kaum etwas verkauft, aber sehr viel gelernt und irgendwann ist der Knoten geplatzt und plötzlich war der milon Zirkel ein Begriff im Schweizer Fitnessmarkt. Ich habe dann weiter investiert, um die Strukturen des Unternehmens so aufzubauen, damit wir in der Lage waren die Betreuung nach dem Verkauf zu gewährleisten. Eigentlich ist das wie mit dem Verkauf eines Abos in einem Studio. Konkret: Die Betreuung beginnt nach dem Verkauf. So konnten wir in der Schweiz und in der Folge auch in Österreich ein phantastisches Netzwerk aufbauen. Es freut mich heute noch, wenn ich, bei den leider viel zu seltenen Möglichkeiten, Partner aus meinen Vertriebszeiten zum Beispiel auf der FIBO oder bei einem milon Kongress treffe.

RG: Was sind Deine schönsten Erinnerungen an die Zeit als Distributor von milon?

UM: Ach du meine Güte, da gibt es sehr viele! Es war für mich schon eine sehr schöne Erfahrung, dass ich als Österreicher und branchenfremder Quereinsteiger das Vertrauen der Schweizer Fitness- und Physiobranche gewinnen konnte. Mit partnerschaftlicher Zusammenarbeit kann man sehr viel erreichen. Es war eine spannende Entwicklung, wie aus der One-Man-Show ein kleines feines Unternehmen wurde und wie wir im Team mit Marina, Beat, Lars und mir eine respektierte Einheit der Branche wurden und dass wir unseren Qualitätsanspruch leben konnten. Da gab es zahlreiche Branchenevents die nicht nur viel Arbeit, sondern auch sehr viel Spass bereiteten. Und aus so manchen Geschäftsbeziehungen sind Freundschaften entstanden, die bis heute anhalten. Beat ist heute ja auch der Geschäftsführer und Partner unseres gemeinsamen Studios in der Schweiz. Auch wenn ich in den letzten Jahren viel zu selten in der Schweiz war, bleibt auch dadurch immer ein Bezug zur Schweiz und den Partnern bestehen.

RG: Nach den Jahren für milon in der Schweiz und Österreich, war da der Posten des CEO ein lang gehegtes Karriereziel von Dir, quasi die logische Folge oder war es Zufall? Wie ist es dazu gekommen?

UM: Nein, die Position des CEO hatte ich überhaupt nicht avisiert. Ich hatte mit dem Team der milon alpine AG eine funktionierende Struktur, die mit einer Wachstumsstrategie in der Schweiz und Österreich auf Erfolgskurs war. Dazu hatte ich 2012 langfristig die Vertriebsrechte für five erworben und wir hatten somit ein perfektes Portfolio, um in verschiedenen Absatzkanälen erfolgreich zu sein. Milon war damals aber an einem Scheideweg und bereit für eine Neuausrichtung und eine Umstrukturierung. Ich glaube nicht an Zufall. Es gibt Glück und Pech und der grosse Rest ist Arbeit. Ich denke, dass unser Erfolg in der Schweiz und in Österreich den Gesellschafter Hubert Haupt 2014 veranlasst hat mir das Angebot der CEO Position zu unterbreiten. Üblicherweise entscheide ich sehr schnell und mit einer guten Portion Bauchgefühl. Damals war es eine Entscheidung mit grosser Tragweite, da ich nach 22 Jahren in der Schweiz nach München ziehen musste und mir war damals auch klar, dass sich mein Privatleben dadurch verändern wird, da ich diesen Job entweder ganz oder gar nicht machen wollte. Aber selbstverständlich war auch die Herausforderung und der Reiz gross und dann entschied ich mich ganz bewusst für diese Veränderung und eine «Amtsperiode» von fünf Jahren. Dazu war mir klar, dass das Team der milon alpine AG die Geschäfte in der Schweiz auch ohne mich perfekt weiterführen wird.



RG: Was hat Dich in der Zeit als CEO geprägt, respektive auf welche Erfolge schaust Du zurück und welches sind Deine bleibenden Erinnerungen?

UM: Ich hatte schon vor milon Erfahrungen als Geschäftsführer und CEO, die vielen Jahre im Vertrieb mit milon und die Tatsache, dass ich zu diesem Zeitpunkt bereits selbst als Betreiber tätig war, haben mir natürlich den Einstieg erleichtert. Dazu kam die Tatsache, dass ich als langjähriger Partner und Kunde von milon praktisch alle Mitarbeiter, die Strukturen, die Stärken und Schwächen kannte. Spannend war es damals zu erkennen, wie stark die Marke milon im Heimmarkt Deutschland war. Das war mir als Distributor gar nicht so bewusst. Und dann ging es nicht mehr darum mit Konzepten und Produkten von milon zu arbeiten, sondern mit den Teams, den Erfahrungen, der Kreativität und der erforderlichen Leidenschaft für das Unternehmen und seine Partner, neue und eigenen Konzepte und Produkte zu entwickeln. Bei der Komplexität unseres Produktportfolios mit Hardware, Software und Services sowie der rasant fortschreitenden Digitalisierung und den so heterogenen Kundenclustern in den Bereichen Fitness, Physio und Medizin ist das eine tägliche Herausforderung. Natürlich habe ich nicht alle Ziele genauso erreicht wie ich mir das Anfang 2015 vorgestellt habe. Manche blieben auf der Strecke, neue kamen dazu. Insgesamt bin ich sehr zufrieden und auch glücklich darüber, was wir als Team erreicht haben. Milon ist heute ein klar strukturiertes Unternehmen mit internationaler Ausrichtung und innovativen Produkten in allen Bereichen. Wir können heute jeden Kanal, egal ob es Fitness, Physio oder Medizin ist, mit massgeschneiderten Konzepten für digitale und elektronisch gesteuerte Trainingssysteme bedienen. Es bleiben aber vor allem unzählige spannende und schöne Erlebnisse in einem Markt und einem Umfeld, das sich in meinen exakt 12 ½ Jahren bei milon rasend schnell entwickelt und verändert hat. Und sehr viele wertvolle Kontakte mit und zu Menschen, mit welchen ich zum einem im Unternehmen zusammenarbeiten durfte und noch viel mehr Menschen und Partner, welche ich im gesamten Umfeld unserer Branche kennengelernt habe. Dafür bin ich dankbar.

RG: Was uns natürlich brennend interessiert: Was sind Deine Pläne für die Zukunft, was macht Udo Münster ab Januar 2020, man munkelt in der Branche, dass Du auch zukünftig mit milon zu tun haben wirst?

UM: Brennend interessiert hat mich immer das Thema Gesundheit. Privat natürlich ganz schlicht aus Eigeninteresse und beruflich, weil ich immer das Glück hatte in einer Umgebung tätig zu sein, welches Sport, Training, Bewegung, den Menschen und seine Gesundheit in den Mittelpunkt gestellt hat. Hier kam mir meine eingangs erwähnte B2C Prägung und Denkweise immer sehr zugute. Und heute, im Umfeld der digitalen Welt, der digitalen Kommunikation und der Individualisierung ist diese Ausrichtung gar nicht mehr wegzudenken. Eigenmotivation erfahre ich schon immer durch die Motivation neuer Zielgruppen, um neue Konzepte und Möglichkeiten zu schaffen, die Menschen das Training für ihre Gesundheit vermittelt und sie anstösst, um etwas dafür zu tun. In den vergangenen Jahren habe ich mich daher sehr intensiv mit Konzepten für Microclubs beschäftigt. Mit den Erfahrungen aus meinen Vertriebsjahren, als Betreiber und als CEO von milon kann ich mir sehr gut vorstellen, dass ich diese Erfahrungen in Zukunft für die Konzeption und Umsetzung von Microstudios einsetzen möchte und werde. Ich werde dabei immer eine Beziehung zu milon haben und ich freue mich auf meine künftige Aufgabe als Beirat und Berater von milon. Ausserdem werden wir uns sicher auf der FIBO 2020 sehen. Das wird die erste FIBO in dieser langen Zeit, bei der ich mir das alles einmal ansehen kann. In der Vergangenheit kam ich vom milon Stand nie weg (schmunzelt).

RG: Wie ist Deine Nachfolge bei milon geregelt, wer übernimmt?

UM: Dadurch, dass mein Austritt als CEO der milon Holding zum 31.12.2019 ja von Anfang an klar und geregelt war, konnten wir die Organisation und die Strukturen ganz entspannt und abgestimmt mit dem Gesellschafter und dem Team darauf vorbereiten. Daher werden wir jetzt im Dezember auch die entsprechenden Informationen und Details kommunizieren. Die vergangenen zweieinhalb Jahre habe ich in der Geschäftsführung mit unserem heutigen CFO Bernd Reichle bereits sehr eng zusammengearbeitet und ich kann schon vorwegnehmen, dass er die Gesamtgeschäftsführung übernehmen wird.

RG: Ganz herzlichen Dank für das Interview und alles Gute für die Zukunft.

FIBO GLOBAL FITNESS

GET YOUR TICKET

The leading international trade show for fitness, wellness & health

Exhibition Centre Cologne, 2 – 5 April 2020

Organised by Reed Exhibitions

fibo.com

Eine Herzbewegende Innovation – Das 360° PAINfree Herz-Kreislauftraining

Wer präventiv und/oder rehabilitativ seinem kardiovaskulären System etwas Gutes tun will, der macht Ausdauertraining, daran ist auch alles richtig. Es ist nach wie vor die gängige Massnahme bei Kardiologen, Allgemeinmediziner und im Fitness- und Physiobereich, wenn Beschwerden behoben oder minimiert werden sollen. Weiter haben Studien längst bewiesen, dass auch ein Krafttraining unterstützend sein kann.

Die Überlegung für das unterstützende Krafttraining beruht auf der Ausprägung der intramuskulären Durchblutung, der erhöhten Herzfrequenz während dem Training, der Unterstützung der kardiovaskulären Muskelpumpe, der erhöhten Kraft im Alltag und des verbesserten Stoffwechsels sowie den üblichen Anpassungen für diesen Bereich. Seit die Faszien immer mehr in den Fokus der Wissenschaft gerückt sind, werden auch hier Hypothesen über die positive Wirkung von Faszientraining getroffen. Da sowohl das Perikard, die Blutbahnen und die Aufhängung des Herzens aus Faszien bestehen, ist es naheliegend diesen Aussagen Beachtung zu schenken.

Die Myofaszialen kinetischen Ketten

Was wissenschaftlich noch nicht näher erforscht wurde, sich in der Praxis aber bewährt hat, sind die myofaszialen Verbindungen der Muskelketten bzw. die myofaszialen Zuglinien nach Thomas Myers. Was in den gängigen Argumentationen über die Anpassungen von körperlichen Aktivitäten Anklang findet, findet auch hier seine Berechtigung. Was bei den Beschreibungen über die Anpassungen im myofaszialen Training allerdings selten bis gar nicht erwähnt wird, sind die myofaszialen kinetischen Ketten.

Kinetische Ketten werden in der Biomechanik wie folgt definiert:

- Eine KINETISCHE KETTE ist «eine Kombination verschiedener miteinander verbundener Gelenke, die eine komplexe Bewegung ausführen.»

Gehen wir nach wie vor den Weg des isolierten, muskulären Denkens, so stimmt diese Definition durchaus und hat ihre Berechtigung. Wir können in der lokalen Biomechanik damit arbeiten. Auch wissen wir aufgrund der zusammenhängenden und weiterlaufenden Biomechanik, dass bei der Bewegung in einem Gelenk eine logisch weiterlaufende Bewegung in dem distalen oder proximalen Gelenk stattfindet.

Die MYOFASZIALEN KINETISCHEN KETTEN sind letztlich nichts anderes als die myofaszialen Zuglinien. Die Begrifflichkeit mit dem Wort KINETIC beschreibt lediglich die weiterlaufende Bewegung einer myofaszialen Einheit auf die in der gleichen Kette befindlichen myofaszialen Einheiten.

Die myofaszialen kinetischen Ketten werden wie folgt definiert:

- Eine MYOFASZIALE KINETISCHE KETTE beschreibt "eine Anordnung verschiedener miteinander verbundener myofaszialer Einheiten, welche sich unabhängig vom Gelenk gegenseitig beeinflussen."

Wenn das Herz in die Hose rutscht.

Auch das Herz und sein Herzbeutel verlaufen in einer bzw. mehrere solcher myofaszialen kinetischen Ketten.

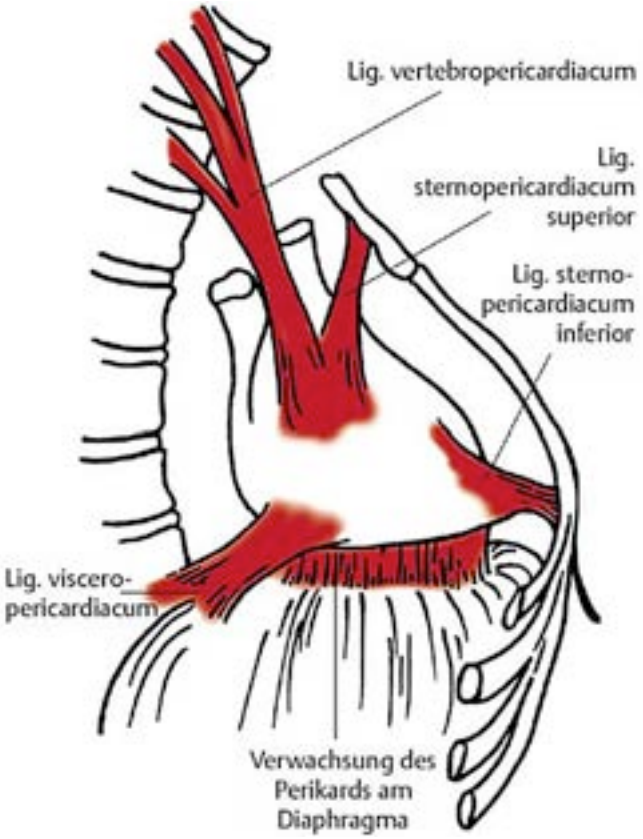
Vereinfacht dargestellt verläuft eine dieser Ketten wie folgt:

- Von den Adduktoren und dem Illiopsoas zum Beckenboden, der Sakralfaszie und schliesslich zum Diaphragma — Zentralsehne. Auf der Zentralsehne liegt das Herz mit dem Perikard auf. Über das Perikard und die Herzaufhängung geht die Kette weiter über die Treppenmuskulatur, die Zungenbeinmuskulatur bis zu der langen Hals- und Kopfmuskulatur.

Im Sinne der myofaszialen kinetischen Kette bedeutet dies, dass wenn in den kranial oder kaudal gelegenen Anteile des Herzbeutels eine Spannungsänderung erfolgt, dies auch immer eine direkte Konsequenz für das Herz und den Herzbeutel hat. Um die nachfolgenden Erklärungen zu verstehen, müssen wir einen kurzen Exkurs über das Herz starten.

Das Herz ist im Brustkorb in eine Gewebehülle, dem Herzbeutel (Perikard) eingebettet. Direkt auf dem Herzen liegt eine weitere Hülle, der Epikard. Den winzigen Raum zwischen Peri- und Epikard füllt ein dünner Film aus Blutserum bestehender Flüssigkeit. Diese Flüssigkeit gewährleistet das Gleiten zwischen Peri- und Epikard. Direkt unter dem Epikard sind die Herzkranzgefässe, welche für die Versorgung des Herzens zuständig sind. Das Gleiten des Perikards auf dem Epikard ist für die Stimulation der Herzkranzgefässe und des Herzmuskels als solches von entscheidender Bedeutung. Auch wenn das Herz autonom gesteuert wird, so zumindest die heutige Ansicht, wird die Stimulation durch die Bewegung der Herzbeutel einen sensorischen Reiz auf das Herz ausüben und zusammen mit der Atmung deren Rhythmus vorgeben.

Wie wir alle wissen, senkt sich bei der Einatmung das Diaphragma und mit ihm das Perikard. Tatsache ist in diesem Zusammenhang, dass bei der Inspiration die Herzfrequenz ansteigt, bei der Exspiration nimmt sie wieder



ab. Die Ursache dieser atemsynchronen Schwankung der Herzfrequenz ist aktuell noch Gegenstand der wissenschaftlichen Forschung.

Unter anderem hat Prof Dr. Andry Vleeming an einem frischen Präparat eindrücklich aufgezeigt, wie das Perikard über das Herz gleitet, wenn an den Adduktoren bzw. dem Illiopsoas eine Bewegung erfolgt.

Nun haben wir heute das Szenario, dass wir durch die Sitzhaltung sowohl die Adduktoren wie auch den Hüftbeuger in einer ständigen Kürzung bzw. in einer passiven konzentrischen Fixation haben. Ebenfalls sind die Treppenmuskulatur durch die verstärkte Halslordose in einer Kürzung und dadurch in einer passiven konzentrischen Fixation. Das heisst die Eigenschaften der genannten Einheiten sind stark in Mitleidenschaft gezogen und können ihre Energie nicht richtig freisetzen, geschweige denn weiterleiten.

Stelle dir also das Szenario vor, dass du an einem Seil einen Ball befestigst und am anderen Ende jemand an diesem Seil zieht. Logischerweise bewegt sich der Ball in jene Richtung, von welcher der Vektor kommt. Stellen wir uns nun vor, dass dieser Ball den Kopf darstellt und das «andere Ende» die Adduktoren bzw. der Illiopsoas ist, dann ist es selbsterklärend, dass das Herz, zusammen mit dem Zwerchfell und dem Beckenboden nach unten gezogen wird. Das «Zusammenfallen» des Brustkorbes trägt seines dann noch dazu bei.

Problem Nr. 1: Ein sensorisches Dilemma ist geboren

Zur Erinnerung, bevor du weiterliest, die häufigsten Herz-Kreislauferkrankungen:

1. Hypertonie (Bluthochdruck)
2. Herzrhythmusstörungen: Das Herz schlägt aufgrund einer Störung bei der Impulsentstehung oder Übertragung zur Erregung des Herzens nicht mehr im Takt, sondern unregelmässig.
3. Koronare Herzkrankheit (KHK): Die Herzkranzgefässe, die der Durchblutung des Herzmuskels dienen, sind verengt, was zu einer Durchblutungsstörung führt.

Gehen wir also von einer schlechten Haltung aus, bei welcher die Adduktoren und der Illiopsoas «verkürzt» sind, sich der Beckenboden und auch das Zwerchfell sowie der Herzbeutel gegenüber der Normalposition gesenkt haben, so kommt dies dem neurologischen Reiz einer Einatmung gleich.

Der Brustkorb ist durch die Absenkung jedoch in einer Ausatmungsposition, welche durch die Fehlhaltung im Sinne der verstärkten Kyphose bei der Einatmung noch verstärkt wird.

Repetieren wir: Die myofasziale Reizgebung auf das Herz entspricht der einer Einatmung, der Reiz auf die Lungenrezeptoren befindet sich in einer Ausatmung und damit beginnt das Dilemma für die respiratorische Sinusarrhythmie. Als respiratorische Sinusarrhythmie, kurz RSA, bezeichnet man eine physiologische Herzfrequenzvariabilität in Synchronisation zur Atmung (Respiration). Aktuell (2019) vermutet man, dass die RSA durch ein komplexes Steuerungssystem aus tonischen und phasischen Prozessen im zentralen und peripheren Nervensystem reguliert wird.

Diese respiratorische Sinusarrhythmie erhält vom Atmungs- und Herzkreislaufsystem widersprüchliche «Aussagen». Soll ich das Licht jetzt ein oder ausschalten? Fördern wir so die Herzrhythmusstörungen?

Wenn sich die Adduktoren und der Illiopsoas in einer konzentrischen Fixation befinden und diesen Reiz weiterleiten, sich das Diaphragma in der «Einatmung» befindet und wir noch die «gestörte» respiratorische Sinusarrhythmie hinzuziehen; kann dies für das Herz einen Dauerbefehl für die Einatmung und der damit verbundenen höheren Herzfrequenz und dem erhöhten Blutdruck sein?

Problem Nr. 2: Die Gleitschicht des Perikards – Epikards – Kranzgefässe verkümmert

Durch das, dass die myofaszialen Einheiten in einer konzentrischen Fixation sind und sich somit wenig bis gar nicht bewegen, kommt auch in der Gleitschicht des Herzbeutels keine Bewegung zustande. Wo keine Bewegung stattfindet, findet keine metabolische Versorgung statt, wo keine metabolische Versorgung stattfindet, verkümmern die Strukturen.

Kann diese verminderte Gleitfähigkeit die Ursache für Koronare Herzkrankheit oder diese begünstigen? In der Praxis haben wir an Probanden Tests durchgeführt und dadurch erstaunliches festgestellt!

Erfahre im zweiten Teil welche Massnahmen du strukturell vornehmen musst um erstaunliche Ergebnisse bei Herzpatienten zu erleben.

Ronald Jansen

Erfolg durch die richtige strategische Ausrichtung des Betriebes

In der unternehmerischen Praxis hört man immer wieder: Betriebe müssen vielseitig und breit aufgestellt sein, um sich langfristig am Markt zu etablieren und die grössten Gewinne einzufahren. Trifft dies wirklich zu? Führt eine starke Spezialisierung tatsächlich zu einer erschwerten Neukunden-Akquirierung und damit zu einem geringeren Unternehmenserfolg? Wie sollen sich Betriebe in der heutigen Zeit ausrichten, um nachhaltig erfolgreich zu bleiben? Die Engpasskonzentrierte Strategie (kurz: EKS) ist ein Praxistool, mit dem sich diese Fragen beantworten lassen.

Viele Selbstständige und Unternehmer haben primär das Ziel, gut von ihrer Unternehmung leben zu können. Dies spiegelt sich meist auch in ihrer Strategie wider, bei der, direkt oder indirekt, Eigennutz und Gewinnmaximierung im Mittelpunkt stehen.

Fokussiere deinen Kunden, nicht deinen Gewinn

Eine gute Unternehmensstrategie hat zunächst allerdings weder das Ziel, den eigenen Gewinn zu maximieren, noch den Unternehmer wohlhabend und erfolgreich zu machen. Eine gute Strategie zeichnet sich dadurch aus, dass sie einzig und allein den Kunden einen Nutzen bzw. direkten Mehrwert liefert und diesen zukünftig weiter steigert.

In der ego-getriebenen und ökonomisch ausgerichteten Unternehmenslandschaft erfordert dieser Ansatz fernab der Gewinnmaximierung ein klares Umdenken! Diese neue Perspektive ist zwingend notwendig, um langfristig erfolgreich zu bleiben. Betrachtet man sich branchenübergreifend die zahlreichen Unternehmens- und Wirtschaftskrisen der letzten Jahre, die durch einen zu starken Fokus auf Ego-Ziele und Eigennutz entstanden sind, wird deutlich, dass der Kundennutzen hier oftmals deutlich vernachlässigt wurde.

Der «Geheimtipp» unter den Erfolgslehren

Gerade in Zeiten wie diesen, in denen das herkömmliche Wertesystem der Betriebswirtschaftslehre ins Wanken gerät, ist die Engpasskonzentrierte Strategie eine spannende Möglichkeit, um Erfolg und Werteorientierung in der eigenen Unternehmensstrategie zu vereinen. Die EKS wurde bereits in den 1970ern von dem Systemforscher Wolfgang Mewes entwickelt und gilt seither als ein «Geheimtipp» unter den Erfolgslehren. Sie stellt eine höchst einfache und wirksame Methode dar, um Alleinstellungsmerkmale sowie eine ganzheitliche Spezialisierung zu entwickeln. Die EKS basiert auf vier strategischen Prinzipien (vgl. EKS Akademie, 2019), die Selbstständigen und Unternehmern dabei helfen können, ihre Kräfte wirkungsvoll einzusetzen, Energien im Betrieb bestmöglich zu aktivieren bzw. zu bündeln und auch die Interessen anderer für das eigene Unternehmensziel klug zu nutzen.

Die vier Prinzipien der EKS

1. Prinzip: Vom Zehnkämpfer zum Spezialisten

Wer sich voll darauf konzentriert, in einem bestimmten Bereich immer besser zu werden, ist zwangsläufig erfolgreicher als jemand, der seine Kräfte auf alle möglichen Aktivitäten verteilt und am Ende nichts wirklich gut macht (vgl. Malik, 2013). Nur die bedingungslose Konzentration und Spezialisierung führt zu Spitzenleistungen. In der Leichtathletik gelten die Zehnkämpfer zwar als die «Könige der Athleten», doch die wirklichen Experten sind ihnen in jeder Einzeldisziplin deutlich überlegen.

So ist es auch in der Wirtschaft: Die Zehnkämpfer — also die diversifizierten Unternehmen, die mit einer Vielzahl an Leistungen die unterschiedlichsten Zielgruppen ansprechen — bekommen zunehmend Konkurrenz durch kleine

Spezialisten (bspw. Mikro-, EMS-Studios und Boutique-Konzepte), die immer mehr lukrative Kundensegmente für sich gewinnen. Selbstständige und Unternehmer sollten entsprechend ihren «Bauchladen» an Leistungen kritisch reflektieren und ihre Kräfte auf die Bedürfnisse einer ganz bestimmten Zielgruppe konzentrieren, wie es auch einige Nischenanbieter in der Branche bereits sehr erfolgreich praktizieren.

2. Prinzip: Konzentration auf das brennendste Problem der Kunden

So wie in der Legende von David und Goliath, wo der körperlich unterlegene David durch den gezielten Einsatz seiner Kräfte und die Konzentration auf den wirkungsvollsten Punkt (die Stirn von Goliath) den Kampf für sich entscheiden konnte, müssen Unternehmer in der Fitness- und Gesundheitsbranche die «neuralgischen Punkte» identifizieren, an denen sie am effektivsten ansetzen können. Unternehmer sollten ihre Aufmerksamkeit nicht irgendeinem generellen Problem ihrer Zielgruppe schenken, sondern den «Engpass», also das brennendste Problem ihrer Kunden, fokussieren und für dieses Problem attraktive Lösungen kreieren.

Bietet das eigene Geschäftsmodell eben diesen Nutzen und löst es das Problem der Kunden effektiver bzw. besser als die Konkurrenz, kommen sie automatisch. Diese Konzentration auf den «Engpass» der Kunden ist gleichermassen sowohl für bereits bestehende Geschäftsmodelle als auch für Neugründungen und Start-ups von elementarer Bedeutung, wenn man kundenzentrierte umfassende Dienstleistungen anbieten möchte. Die beste Idee taugt nichts, wenn sie an den Bedürfnissen und Problemen der Kunden vorbeigeht.

3. Prinzip: Erst das Immaterielle, dann das Materielle

Seit Jahrhunderten werden Kaufleute dazu erzogen, ihre gesamte Aufmerksamkeit dem Kapital zu widmen. Ein Grossteil der Betriebswirtschaftslehre, wie Buchhaltung, Kostenrechnung, Planung und Controlling, ist praktisch vollständig auf den Einsatz des Kapitals und auf dessen Vermehrung ausgerichtet. Doch die Finanzmittel sind nicht der wichtigste Faktor in einem Unternehmen. Viel bedeutender für die Zukunft eines Betriebes oder eines Individuums sind laut Mewes immaterielle Faktoren, wie die Strategie, die Ideen, die Innovationskraft, das Know-how, die Motivation der Mitarbeiter und das Vertrauen der Kunden — also Werte, die nicht direkt greif- und messbar sind.

All das, was Unternehmen als Umsätze oder Gewinne in ihren Finanzbüchern verzeichnen, war zuvor etwas Immaterielles, nämlich ein Gefühl bzw. ein Gedanke von einem oder mehreren Menschen. Jede materielle Transaktion entsteht durch Probleme, Wünsche oder Bedürfnisse, also durch etwas Immaterielles. Erst durch diese Anforderungen der Kunden entstehen also neue Wertangebote und Lösungen. Damit diese praktisch realisiert werden können, benötigt man wiederum etwas Immaterielles, nämlich Know-how: das Wissen darüber, wie man die Bedürfnisse der Menschen bestmöglich befriedigt und wie man die unterschiedlichen Unternehmensprozesse zielführend organisiert. Da das Materielle dem Immateriellen immer folgt, sollten sich Selbstständige und Unternehmer zuerst auf die Entwicklung der immateriellen Seite ihres Vorhabens, also auf Beziehungen, Ideen, Denkweisen etc. konzentrieren. Wird hier gute Arbeit geleistet, folgt das Materielle meist von ganz allein. Gerade bei der Existenzgründung sind solche zentralen Überlegungen besonders wichtig. Aber auch bereits bestehende Geschäftskonzepte und Wertangebote sollten deshalb immer wieder auf den Prüfstand gestellt und hinterfragt werden.

4. Prinzip: Egoistische Ziele reduzieren, Kundenbedürfnisse fokussieren

Auf die Frage, was das Ziel eines Unternehmens ist, hat die Betriebswirtschaftslehre eine einfache Antwort: Ziel ist es, möglichst hohe ▶

Abbildung 1: Konkretes Ziel der EKS (modifiziert nach Friedrich, Malik & Seiwert, 2009)

Gewinne einzufahren. Doch die blosse Fixierung auf den Gewinn führt zwangsläufig dazu, dass sich Unternehmen in erster Linie mit sich selbst und erst dann mit den Wünschen und Bedürfnissen ihrer Kunden beschäftigen. Egoistische Ziele dominieren die meisten Unternehmen. Dies führt in der Regel dazu, dass menschliche Werte verschwinden, das Gemeinwohl zu kurz kommt, der Aufbau guter Kundenbeziehungen erschwert wird und auch unternehmensintern Interessenskonflikte und Probleme auftreten.

Wenn Unternehmen aber das Ziel haben, stets den Nutzen für die Zielgruppe zu steigern, verringern sich diese Interessengegensätze deutlich. Angebot und Nachfrage können besser ineinandergreifen, wodurch auch automatisch mehr Gewinne erwirtschaftet werden können — und zwar auf harmonische Art und Weise. Dadurch werden auch die immer häufiger auftretenden Sinnprobleme, also der Verlust von Lebenszielen und innerem Antrieb, innerhalb einer Organisation bei Unternehmern wie bei Mitarbeitern gelöst, denn durch die EKS sind sowohl das Ziel als auch die Sinnhaftigkeit der eigenen Tätigkeit jederzeit klar erkennbar und für jeden Einzelnen nachvollziehbar.

Fazit

Jedes Unternehmen muss sich kontinuierlich weiterentwickeln und natürlich erwarten die Kunden, dass sich auch die Wert- und Serviceangebote innerhalb der Fitness- und Gesundheitsbranche (r)evolutionär entwickeln. Der Markt verändert sich schnell und die Konkurrenz ist gross — umso wichtiger wird es deshalb, den Kunden und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt allen unternehmerischen Handelns zu stellen.

Genau hier hilft die EKS dabei, diese «Engpässe» klar zu identifizieren und auf Basis der vier Grundprinzipien wirkungsvolle Lösungen zu entwickeln, um die Probleme der Kunden bestmöglich zu lösen und das eigene Unternehmen weiterzubringen. Je besser Sie die Probleme anderer lösen, desto besser lösen Sie auch Ihre eigenen Probleme. Zudem erreichen Sie Ihre materiellen Ziele, ohne dabei die immateriellen Aspekte zu vernachlässigen. Die EKS eignet sich als effektives und nützliches Management-Praxistool gleichermassen für Existenzgründungen wie auch zur Neupositionierung oder Übernahme bestehender Fitness- und Gesundheitseinrichtungen und hilft durch ihren Ansatz dabei, das Wesentliche bei allem ökonomischen Kalkül nicht aus den Augen zu verlieren.

Literaturliste:

- EKS Akademie (2019). Die vier Prinzipien der Engpasskonzentrierten Strategie. Zugriff am 05.08.2019 unter https://eks-akademie.de/die-engpasskonzentrierte-strategie/die-vier-prinzipien/.
- Friedrich, K., Malik, F. & Seiwert, L. (2009) Das grosse 1x1 der Erfolgsstrategie: EKS — Die Strategie für die neue Wirtschaft (13., völlig überarbeitete und erweiterte Neuauflage). Offenbach: GABAL-Verlag.
- Malik, F. (2013). Führen, Leisten, Leben. Wirksames Management für eine neue Zeit (Limitierte Sonderausgabe). Frankfurt am Main: Campus Verlag. ■

Thorsten Clemann

Thorsten Clemann, B. A. Betriebswirtschaftslehre, M. A. Prävention und Gesundheitsmanagement, ist freiberuflicher Berater und unterstützt Existenzgründer, Selbstständige und Unternehmer in der Planungs-, Gründungs-, Aufbau- und Wachstumsphase. Er ist Dozent, Autor und Tutor an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement/BSA-Akademie.
www.dhfpg-bsa.de

Deutsche Hochschule
für Prävention und Gesundheitsmanagement
University of Applied Sciences

SAFS
SWISS ACADEMY OF FITNESS & SPORTS

STUDIERENDE – 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 Bachelor-Studiums besteht die Option, sich durch ein Fernstudium mit kompakten Präsenzphasen bis zum Master-Abschluss weiterzuqualifizieren. Studienstart jederzeit möglich.

Bachelor-Studiengänge (dual)

- Fitnessökonomie
- Sportökonomie
- Gesundheitsmanagement
- Fitnesstraining
- Ernährungsberatung
- Sport-/Gesundheitsinformatik NEU

Master-Studiengänge

- Fitnessökonomie
- Prävention und Gesundheitsmanagement
- Sportökonomie
- Sport-/Gesundheitsmanagement

Graduiertenprogramm

- Vorbereitung auf eine Promotion zum Dr. rer. med.

safs.com

Kontraindikationen Ganzkörper-EMS – Spannungsfeld zwischen Wirksamkeit und Umsetzbarkeit der GK-EMS

In den letzten Jahren hat die Ganzkörper-EMS-Technologie sukzessive im Fitnessbereich Einzug gehalten (Eifler et al., 2017). Aufgrund der nachweislichen Effektivität und Zeiteffizienz (hoher Trainingseffekt bei gleichzeitig geringer Zeitinvestition) erfreut sich das GK-EMS-Training zunehmender Beliebtheit.

Absolute Kontraindikationen für Ganzkörper-EMS

Auf der einen Seite stellt GK-EMS bei korrekter Anwendung eine effektive sowie sichere Trainingsform dar. Auf der anderen Seite ist jedoch unbestreitbar davon auszugehen, dass eine missbräuchliche Applikation unerwünschte und unter Umständen gravierende Nebenwirkungen auslösen kann. Das Gefährdungspotenzial entsteht durch die grossflächige Anwendung des GK-EMS-Trainings (simultane Kontraktion grosser Muskelareale) in Verbindung mit der Möglichkeit, eine für jede Körperregion supramaximale Reizintensität generieren zu können. Aufgrund dieses Gefährdungspotenzials ist die GK-EMS hinsichtlich unerwünschter Nebenwirkungen nur bedingt mit einem klassischen Krafttraining zu vergleichen. Daraus resultieren die Notwendigkeit einer Formulierung von Leitlinien zur effektiven, aber sicheren Applikation sowie die formelle Regelung von Ausschlusskriterien für das GK-EMS-Training.

Hinsichtlich der Anamnese, der Ersteinweisung, der Applikation, des Betreuungsverhältnisses von ausgebildeten und möglichst lizenzierten GK-EMS-Trainer/innen und der sicheren Durchführung eines entsprechenden Workouts wurden bereits 2016 erste Leitlinien formuliert (Kemmler et al., 2016). Darauf aufbauend wurden in Deutschland weitergehende formalisierte Regelungen hinsichtlich Kontraindikationen für ein GK-EMS-Training in einer nationalen Norm aufgeführt. Diese sollen EMS-Betreibern sowie -Trainer/innen als Orientierungshilfe in der täglichen Trainingsroutine dienen, indem Ausschlusskriterien für ein solches Training definiert werden.

In dieser deutschen Norm für die GK-EMS-Anwendung bei kommerziellen Fitnessanbietern wird zwischen absoluten und relativen Kontraindikationen differenziert. Bei dem Vorliegen absoluter Kontraindikationen ist ein GK-EMS-Training aufgrund potenzieller Gefährdung und möglicher Schädigung grundsätzlich abzulehnen. Ein solches Workout wäre mit zu hohen Risiken verbunden und aufgrund der Sorgfaltspflicht gegenüber den Kunden nicht vertretbar durchzuführen. Zu diesen absoluten Kontraindikationen zählen die folgenden Faktoren:

- Akute Erkrankungen, bakterielle Infektionen und entzündliche Prozesse
- Kürzlich vorgenommene Operationen
- Arteriosklerose, arterielle Durchblutungsstörungen
- Stents und Bypässe, die weniger als sechs Monate aktiv sind
- Unbehandelter Bluthochhochdruck
- Diabetes mellitus
- Schwangerschaft
- Elektrische Implantate, Herzschrittmacher
- Herz-Rhythmus-Störungen
- Tumor- und Krebserkrankungen
- Blutungsstörungen, Blutungsneigung (Hämophilie)

- Neuronale Erkrankungen, Epilepsie, schwere Sensitivitätsstörungen
- Bauchwand- und Leistenhernien
- Akuter Einfluss von Alkohol, Drogen oder Rauschmittel

Diese formale Regelung der absoluten Kontraindikationen in der deutschen Norm hat seit der Veröffentlichung im Jahr 2018 zu einigen Diskussionen geführt, da wissenschaftliche Befunde durchaus die Effektivität der GK-EMS bei verschiedenen Erkrankungen belegen.

Diabetes mellitus Typ 2 ist ein gutes Beispiel, um dieses Spannungsfeld zwischen Wirksamkeit und Umsetzbarkeit der GK-EMS zu verdeutlichen. Körperliche Aktivität und sportliches Training gelten als zentrale Interventionen zur Prävention und Therapie des Typ-2-Diabetes (Mooren & Knapp, 2018). Auf der einen Seite belegen verschiedene Studien die Effekte der GK-EMS auf die Körperkomposition (Kemmler et al., 2018), den Energieverbrauch und den Glukosestoffwechsel (Teschler et al., 2018; van Buuren et al., 2015). Darüber hinaus wurden insbesondere in klinischen Studien keine negativen Nebenwirkungen verzeichnet (van Buuren et al., 2015). Auf der anderen Seite muss jedoch bedacht werden, dass die hohen Trainingsstimuli der GK-EMS bei Typ-2-Diabetikern sehr schnell zu einer akut lebensgefährlichen Hypoglykämie führen können. Die Steuerung der Impulsstärke über das subjektive Belastungsempfinden kann bei der GK-EMS wiederum durch Störungen der neuronalen Sensitivität beeinträchtigt sein. Es droht die Gefahr einer zu hohen Belastung und daraus resultierend das Risiko einer akuten Unterzuckerung. In einem klinischen Setting mit einer Eins-zu-eins-Betreuungsrelation und medizinisch-therapeutisch qualifiziertem Personal kann bei solchen Nebenwirkungen adäquat reagiert werden. In einem kommerziellen Fitnessunternehmen darf man aber nicht von solchen Rahmenbedingungen ausgehen, da hier ein Trainer bisweilen mehr als nur einen Kunden bei der GK-EMS betreut und medizinisch-therapeutische Qualifikationen nicht als Standard gelten. Auf der Basis dieser Fakten wird Diabetes mellitus grundsätzlich als absolute Kontraindikation für die GK-EMS im kommerziellen Fitnessbereich eingestuft.

Relative Kontraindikationen für Ganzkörper-EMS

Während die absoluten Kontraindikationen keinen Interpretationsspielraum zulassen, regeln relative Kontraindikationen Faktoren, die nicht generell als Ausschlusskriterien für ein GK-EMS-Training gelten müssen. Relative Kontraindikationen sind Faktoren, welche ein solches Workout lediglich partiell an bestimmten Körperregionen ausschliessen oder nur nach vorheriger ärztlicher Abklärung erlauben. Zu den relativen Kontraindikationen zählen die folgenden Faktoren:

- Akute Rückenbeschwerden ohne Diagnose
- Akute Neuralgien, Bandscheibenvorfälle
- Implantate, die älter als sechs Monate sind
- Erkrankungen der inneren Organe, insb. der Nieren
- Kardiovaskuläre Erkrankungen
- Bewegungskinetosen
- Grössere Flüssigkeitsansammlungen im Körper, Ödeme
- Offene Hautverletzungen, Wunden, Ekzeme, Verbrennungen
- Entsprechende Medikamente

Die relativen Kontraindikationen lassen den Trainer/innen einen gewissen Interpretations- und Handlungsspielraum offen, was jedoch in der Trainingspraxis zu Unsicherheiten führen kann. Bei einer Betrachtung der relativen Kontraindikationen fällt auf, dass diese weit gefasst und teilweise wenig trennscharf formuliert sind. Die formelle Regelung von Kontraindikationen sollte keineswegs dazu führen, Kunden, für die GK-EMS-Training eine sinnvolle und gesundheitsfördernde Intervention darstellt, durch die Notwendigkeit einer ärztlichen Freigabe abzuschrecken.

Die Abfrage relativer Kontraindikationen dient dazu, akut vorliegende, gravierende Beeinträchtigungen der Gesundheit, die einen direkten Einfluss auf die Belastbarkeit des Trai- ▶

nierenden und/oder auf die Übungsauswahl haben können, zu erfassen. Erkrankungen oder Schmerzepisoden, die schon länger zurückliegen, stellen demnach keine akuten Beeinträchtigungen dar. Die Entscheidung, ob eine ärztliche Freigabe eingefordert wird oder nicht, hängt letztendlich von der Gesamtanamnese eines Kunden bzw. der Gesamtbeurteilung seines Gesundheitszustands und der Einschätzung seiner Belastbarkeit ab.

Als Beispiel sei an dieser Stelle auf die relative Kontraindikation «akute Rückenbeschwerden ohne Diagnose» verwiesen. Laut Bundesärztekammer et al. (2017) geben 85 Prozent der Deutschen an, dass sie mindestens einmal in ihrem Leben bereits Rückenschmerzen hatten. Eine Forsa-Umfrage im Auftrag der Techniker Krankenkasse aus dem Jahr 2016 hat ergeben, dass lediglich 34 Prozent der befragten Frauen und 35 Prozent der Männer den Gang zum Arzt als Hilfsstrategie bei Rückenschmerzen wählen. Jedoch nutzen 74 Prozent der Frauen und 69 Prozent der Männer Bewegung als Intervention bei Rückenbeschwerden. Es ist anzunehmen, dass diese Zahlen auf die Schweiz und Österreich übertragbar sind. Daraus kann geschlussfolgert werden, dass die Wahrscheinlichkeit sehr hoch ist, dass Neukunden «Rückenschmerzen» ohne ärztliche Diagnose angeben. Dieses Kriterium wird jedoch nicht näher differenziert. Ein Grossteil der Rückenschmerzen ist unspezifisch, d. h. ohne erkennbare Ursache. Ob solche Beschwerden nun zu einer Einstufung als relative Kontraindikation führen, hängt von der Schmerzintensität, der -häufigkeit und von den begleitenden Beeinträchtigungen im Alltag, Beruf sowie bei Freizeitaktivitäten ab (Funktionsstatus des Kunden). Liegen die Schmerzepisoden schon länger zurück, ist die akute Intensität nur gering oder verursachen die Rückenbeschwerden keine oder nur minimale Beeinträchtigungen (weitgehend normaler Funktionsstatus), so ist körperliche Aktivität respektive die GK-EMS-Applikation unbedenklich. Eine Einstufung als relative Kontraindikation wäre eine unnötige Dramatisierung der geringfügigen Beschwerden und in solchen Fällen unangemessen. Vor einem solchen Hochspielen unspezifischer Leiden warnt die Bundesärztekammer et al. (2017) explizit in ihren nationalen Versorgungsleitlinien zur Therapie nicht-spezifischer Rückenschmerzen.

Das Ziel der Anamnese sollte auf der einen Seite nicht darin bestehen, gesundheitliche Beeinträchtigungen mit geringer Ausprägung aufzubauschen, indem diese als relative Kontraindikation eingestuft werden und ein GK-EMS-Training nur nach ärztlicher Freigabe erfolgen darf. Auf der anderen Seite dürfen gesundheitliche Probleme aber auch nicht bagatellisiert werden, um eine ärztliche Freigabe zu umgehen. Bestehen auf Seiten der Trainer/innen Unsicherheiten hinsichtlich der Risikosituation, so sollte nach dem medizinischen Leitsatz «primum nil nocere» («zuallererst nicht schaden») sowohl zur eigenen Absicherung als auch zum Wohle der Kunden die ärztliche Freigabe zum Training eingeholt werden. Sind die gesundheitlichen Beeinträchtigungen jedoch so gering, dass sie keine Relevanz für das GK-EMS-Training haben und überwiegen in dem Risiko-Nutzen-Vergleich die gesundheitsprotektiven Vorteile, dann wäre es übertrieben vorsichtig und nicht zielführend, diese als relative Kontraindikationen einzustufen.

Fazit

Eine fundierte Abwägung zwischen eventuellen Risiken und gesundheitlichem Nutzen der GK-EMS-Applikation setzt natürlich voraus, dass die Trainer/innen aufgrund ihrer Kompetenzen in der Lage sind, solche Entscheidungen treffen zu können. Dieser Aspekt unterstreicht die Bedeutung und Notwendigkeit einer adäquaten Ausbildung/Qualifikation der Trainer/innen im GK-EMS-Training.

Auszug aus der Literaturliste

- Eifler, C., Fröhlich, M. & Berger, J. (2017). Marktdurchdringung der Ganzkörper-EMS im deutschen Fitnessmarkt. In A. Schwirtz, F. Mess, Y. Demetriou & V. Senner (Hrsg.), Innovation & Technologie im Sport. 23. Sportwissenschaftlicher Hochschultag der Deutschen Vereinigung für Sportwissenschaft (S. 218). Hamburg. Feldhaus — Edition Czwalina.
- Mooren, F. C., & Knapp, G. (2018). Diabetes Mellitus. In F. C. Mooren & C. D. Reimers (Hrsg.), Praxisbuch Sport in Prävention und Therapie (S. 93-120). München: Elsevier.
- Teschler, M., Wassermann, A., Bebenek, M. et al. (2018). Short time effect of a single session of intense whole-body electromyostimulation on energy expenditure. A contribution to fat reduction? Applied Physiology, Nutrition and Metabolism, 43 (5), 528-530.

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

Prof. Dr. Christoph Eifler

Prof. Dr. Christoph Eifler, Diplom-Sportlehrer im Fachgebiet Präventions- und Rehabilitationssport, leitet den Fachbereich Trainings- und Bewegungswissenschaft der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) sowie den Fachbereich Fitnesstraining der BSA-Akademie.
www.dhfpg-bsa.de

ITALIENISCHES DESIGN FÜR DIE EINRICHTUNG DER UMKLEIDERÄUME UND EMPFANGSBEREICHE

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

www.fitinteriors.com

fit interiors

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

DESIGNED AND PRODUCED IN ITALY

Chef, bist du schon 4.0?

Wie schafft man es, aus gewöhnlichen Menschen eine gute Leistung zu kitzeln? Wie organisiere und führe ich ein Unternehmen sinnvoll und erfolgreich? Was soll ein Unternehmer wirklich gut können? Fragen, welche sich viele Menschen stellen und in vielen Ratgebern eine Antwort suchen. Dabei ist es recht einfach, was der Unternehmer oder Manager gut beherrschen muss.

In Anlehnung an meinen letzten Artikel an gleicher Stelle lege ich heute den Fokus auf die wichtigen Instrumente einer erfolgreichen Führungskraft. Welche Aufgaben und Werkzeuge, um die Begriffe von Malik (siehe Buchempfehlung am Schluss) zu verwenden, sind notwendig für ein wirksames Tun? Am Ende folgen einige Tipps zur Umsetzung. Aber Achtung — ich verspreche keine Wunder, sondern weise lediglich auf Dinge hin, die schon lange bekannt und erprobt sind. Es führt uns zur Frage «Was ist gutes Management?».

Ein Studium der Betriebswirtschaft (BWL) hat viele Vorteile, versagt aber bei der Frage nach dem guten Management. Denn BWL und gutes Management haben ungefähr so viel gemeinsam wie eine Kuh mit dem Goldfisch im Aquarium. Und doch werden die beiden Begriffe oft synonym verwendet. Die wichtige Frage ist simpel: «Wie handeln erfolgreiche Menschen?». Nicht wie sind diese ausgebildet, wie hoch die emotionale Intelligenz ist oder welche universitären Abschlüsse sie aufweisen sind entscheidend — entscheidend ist das Handeln.

Aufgaben wirksamer Führung

Die fünf Aufgaben nach Malik sind seinem Buch entlehnt. Die Ausführungen zu den einzelnen Punkten sind eine Kurzzusammenfassung aus meiner Sicht und Erfahrung.

Ziele sind für jede Art von Organisationen unverzichtbar. Sorgen Sie für sinnvolle und hohe Ziele. Drei bis sieben pro Mitarbeitenden sind ausreichend. Diese vereinbaren Sie zusammen und verschriftlichen diese. Selbstredend haben die Ziele eine messbare Komponente und einen Termin, ansonsten nicht von Zielen gesprochen werden darf. Ziele sind der Treiber von überdurchschnittlichen Leistungen auf Basis der unternehmerischen Werte. Erst durch Ziele erhält die Arbeit einen Sinn und Sinn wiederum ist letztlich das Einzige, was für Motivation von Menschen entscheidend ist.

Organisieren Sie Ihr Fitnesscenter in der Weise, dass Sie als Chef überflüssig werden. Die Organisation soll sich selber entwickeln und entfalten, sich selber regulieren und erneuern. Geben Sie den Mitarbeitenden Ihr Vertrauen und die notwendige Verantwortung, um kompetent die täglichen Aufgaben zu erledigen. Zusätzliche Hierarchiestufen sind ein Zeichen der Schwäche und von mangelndem Vertrauen. Verabschieden Sie sich von der Vorstellung, alles müsse über den eigenen Tisch — vieles machen Ihre Mitarbeitenden schneller und effektiver als Sie — unter den oben genannten Voraussetzungen — Vertrauen und genügend Kompetenzen.

Entscheiden Sie — es gibt nichts Schlimmeres und Unangenehmeres, als nicht zu entscheiden! Wer Entscheidungen fällt, ist eine Topkraft. Täglich sind Entscheidungen zu treffen, grössere und kleinere. Diese werden sauber vorbereitet. Es ist eine Illusion zu glauben, das Problem sei immer klar. Oft sieht man vor lauter Bäumen den Wald nicht mehr und so soll jeder, der Entscheide fällt, für sich eine Checkliste haben, um gute Entscheide zu fällen. Das beginnt mit der Frage «Was ist genau das Problem?» — da scheitern schon viele in der Praxis. Welche Anforderungen muss die Entscheidung erfüllen, um das Problem zu lösen, ist der nächste Schritt. Dann werden Alternativen erarbeitet

und diese wiederum beispielsweise mittels einer Nutzwertanalyse bewertet. Und voilà, ein fundierter Entscheid kann gefällt werden. Meist in kurzer Zeit.

Kontrollieren Sie regelmässig die wichtigen Dinge in ihrer Organisation. Das tönt altmodisch, muss aber sein. Beispielsweise muss die Pendenzenliste strikte kontrolliert werden, ohne Ausnahme. Genau dafür ist diese nämlich da — die wichtigen und hoffentlich richtigen Dinge aufzuschreiben, zu priorisieren und mit Verantwortlichkeiten und Terminen versehen. Das gibt Schub in die Organisation und die vereinbarten Ziele werden erreicht. Kontrollieren Sie die für die Organisation wichtigen Dinge. Es macht wenig Sinn, alle möglichen Finanzkennzahlen zu kontrollieren — legen sie maximal deren drei für ihre Organisation fest, welche das Geschäft direkt beeinflussen. Diese kontrollieren Sie, alles andere ist nicht notwendig.

Menschen entwickeln und fördern ist eine der schönsten Aufgaben von Führungskräften. Menschen sind zu weit mehr fähig, als der Chef meint. Dafür sind Perspektiven und Vertrauen notwendig. Menschen wachsen an ihren Aufgaben — immer dann, wenn die nächste Aufgabe schwieriger ist als die vorhergehende Aufgabe. Was der Mensch gut kann, tut er gern und damit gut. Sorgen Sie also dafür, die Stärken von jedem einzelnen Mitarbeitenden zu fördern und seinen Einsatz darauf abzustimmen. Hat ein Mitarbeiter oder eine Mitarbeiterin beispielsweise eine Aversion gegen Kaltakquise, kommuniziert auf der Trainingsfläche aber super mit der Kundschaft — setzen sie ihn dort ein. Er oder sie wird es Ihnen mit einer grossartigen Leistung danken.

Werkzeuge wirksamer Führung

Die nachfolgenden Werkzeuge sind lernbar und wichtig für eine wirksame Führung. Sie sind weder neu noch revolutionär. Es ist aber nötig, diese zu beherrschen, um die Ziele zu erreichen.

Sitzungen sind notwendig und effektiv — wenn die entsprechenden Regeln dazu angewendet werden. Viele Sitzungen führen zu Leerlauf ohne Resultate. Zwei Dinge zeichnen eine effektive Sitzung aus — das vorher definierte Ziel und die Pendenzenliste am Ende mit Terminen und Verantwortlichkeiten. Viele Sitzungen sind dann effektiv, wenn diese gar nicht durchgeführt werden. Beginnen sie also damit, Sitzungen zu streichen!

Berichte gelten als altmodisch, zu Unrecht. Vielen Informationen aus Sitzungen können schriftlich mindestens in gleicher Qualität gestreut werden. Wer er schafft, das Wesentliche in schriftlicher Form auf den Punkt zu bringen, gewinnt enorm viel Zeit für anderes. Ob der Bericht in elektronischer Form oder auf Papier daher kommt, ist zweitrangig. Es lohnt sich, in Ihrer Organisation das Thema gut zu verankern — Berichte sind als Nebeneffekt eine Quelle des Wissensmanagements. Nutzen Sie es.

Job Design ist eine wirkliche Herausforderung. Menschen wachsen an Zielen. Diese setzen die richtige Gestaltung von Stellen und AKV's (Aufgaben, Kompetenzen, Verantwortung) voraus. Es lohnt sich in einer Organisation, dem Thema die nötige Aufmerksamkeit zu schenken. Da gibt es noch grosse Reserven in Kombination mit dem bei den Aufgaben beschriebenen Punkt von «Menschen entwickeln und fördern». Ebenso prüfen Sie regelmässig, was nicht mehr den aktuellen Begebenheiten entspricht — und handeln Sie gemäss dem letzten Punkt «systematische Müllabfuhr».

Die **persönliche Arbeitsmethodik** ist wohl eine der wichtigsten Werkzeuge für die Wirksamkeit von Menschen. Hoch qualifizierte Führungskräfte scheitern oft an der persönlichen Arbeitsmethodik. Diese ist Voraussetzung, um effektiv und erfolgreich zu handeln. Keine Strategie und kein Prozessmanagement kann eine schlechte Arbeitsmethodik auffangen.

Budget und Budgetierung ist eines der Hauptwerkzeuge von erfolgreichen Unternehmern. Das bedingt einige grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse, vor allem aber ein hohes Mass an Wissen aus dem Finanz- und Rechnungswesen. Das Budget ist zwar die Vorwegnahme des Irrtums — sorgen Sie aber mit einer rollenden Budgetierung im Jahresverlauf dafür, dass der Irrtum so klein wie möglich bleibt. So bleiben Sie handlungsfähig und bezahlen Ihre Rechnungen immer pünktlich.

Die **Leistungsbeurteilung** ist für viele Führungskräfte eine eher mühsame Pflicht. Dabei ist die Leistungsbeurteilung, oft als Mitarbeitergespräch bezeichnet, ein hervorragendes Mittel, um sich gegenseitig den Spiegel vorzuhalten, und die nötigen Konsequenzen daraus abzuleiten. Damit ist gesagt — die Leistungsbeurteilung ist eine Zweiwegkommunikation! Der Chef darf und soll ebenfalls beurteilt werden. Die Leistungsbeurteilung fristet ein tristes Dasein in Bezug auf Inhalt und Nutzen. Schade, da wäre so viel mehr sinnvoll und möglich.

Die **systematische Müllabfuhr** ist ein Punkt auf der jährlichen Pendenzenliste jeder Organisation. Was Sie sechs Monate nicht in den Händen hatten, gehört entsorgt. Auf diesen Nenner lässt es sich bringen, wobei die Zahl Sechs auch mal mehr oder weniger sein kann. Die Natur erfindet sich dauernd neu und befreit sich von Altlasten. Tun Sie es auch, mindestens einmal jährlich und misten Sie alles überflüssige und veraltete aus.

Zum Schluss noch dies...

Wie bestellt hat die Firma HelfRecht in ihrem Magazin «methodik» in der aktuellen Ausgabe Tipps für das Selbstmanagement und die Unternehmensführung publiziert, die bestens als Zusammenfassung dienen kann. Hier ein komprimierter Auszug:

- Beziehen Sie das Team in die Jahresplanung und Entscheidungen mit ein.
- Berücksichtigen Sie die Begabungen und Stärken der Mitarbeitenden.
- Definieren Sie Aufgaben, Zuständigkeiten und Prioritäten.
- Treffen Sie individuelle Zielvereinbarungen mit allen Mitarbeitenden.
- Bieten Sie individuelle Entwicklungsmöglichkeiten.
- Sorgen Sie für eine motivierende Arbeitsatmosphäre.
- Seien Sie ihrer Führungsrolle bewusst und überzeugen Sie als Vorbild.

Buchempfehlung zum Artikel

Fredmund Malik, FÜHREN LEISTEN LEBEN, campus Verlag, ISBN 978-3-593-51069-9

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

BSA/DHfPG GESUNDHEIT&FITNESS WEEK
Der Frühling wird fit

Nachdem die TOP-EVENT-Woche 2019 ihre erfolgreiche Premiere gefeiert hat, geht sie 2020 in die zweite Runde! Die BSA-Akademie/Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) in Kooperation mit der SAFS – Swiss Academy of Fitness & Sports und dem ROBINSON Club bringen vom 23. bis 30. Mai 2020 erneut Aktivurlauber sowie Entspannungssuchende auf der griechischen Insel Kos zusammen: Angesehene Experten der «BSA/DHfPG GESUNDHEIT&FITNESS WEEK» führen durch ein abwechslungsreiches Programm.

Auch für 2020 haben die Experten ein abwechslungsreiches Programm zusammengestellt

Sowohl Gesundheitsinteressierte als auch Fitnessfans und die, die es — wieder — werden wollen, sind auf der malerischen Insel Kos im ROBINSON Club Daidalos herzlich willkommen: Auch in diesem Jahr haben die BSA/DHfPG, die SAFS sowie der ROBINSON Club Daidalos ein abwechslungsreiches Programm zusammengestellt, das von Profis aus Bereichen wie Ernährung, Fitnesstraining, Group Fitness und Body&Mind ausgeführt wird. Dies sind ideale Voraussetzungen für Anfänger, Wiedereinsteiger und Fortgeschrittene.

Ein Event mit angesehenen Spezialisten

Die griechische Insel Kos beeindruckt durch ihre paradiesische Landschaft. Aber die «BSA/DHfPG GESUNDHEIT&FITNESS WEEK» in 2020 glänzt nicht nur durch die Location, sondern auch durch das aus Top-Experten bestehende Betreuungsteam: Der studierte Fitnessökonom Clive Salz ist seit mehreren Jahrzehnten nicht mehr aus der Fitness- und Gesundheitsbranche wegzudenken. Er ist ein erfahrener Dozent der DHfPG/BSA sowie aktiv als Personal Trainer tätig. Viele Prominente und Profisportler gehören zu seinen Kunden. Aufgrund seiner langjährigen Expertise kann er als Multitalent die Teilnehmer ganz nach ihren individuellen Bedürfnissen betreuen. Marcel Baumann, Dozent der SAFS, hat bereits 1984 sein zu Hause in der Fitnessbranche gefunden. Sein Rhythmusgefühl und Motivationstalent begeistert genauso wie sein Wissen in den Bereichen Fitness, Gesundheit und Group Fitness. Die Top-Presenterin und Projektleiterin von ROBINSON Events, Jana Spring, wird bei der «BSA/DHfPG GESUNDHEIT&FITNESS WEEK» wieder dabei sein. Sie ist ein Garant für Freude an Fitness und Gesundheit und wird als Fitness-Trendsetterin das Team sehr bereichern. Freuen Sie sich auf diese und viele weitere Experten in der kommenden Top-EVENT-Woche in 2020.

Auch er ist dabei: Marcel Baumann von der SAFS

Die individuellen Bedürfnisse berücksichtigt

Jeder kann für sich persönlich entscheiden, welche Programmpunkte er wahrnimmt und um welche Uhrzeit er starten möchte. Die Kurse und Vorträge lassen sich dadurch ganz bequem in die Urlaubstage integrieren. Dabei spielt das Leistungslevel, ob Anfänger, Wiedereinsteiger oder Fortgeschrittener, keine Rolle.

Jetzt buchen!

Die «BSA/DHfPG GESUNDHEIT&FITNESS WEEK» findet exklusiv nur für Clubgäste des ROBINSON Club Daidalos statt. In jedem beliebigen Reisebüro oder direkt über ROBINSON.de können Interessierte ihren Aufenthalt buchen und in dieser Woche kostenfrei am einzigartigen Angebot teilnehmen.

Weitere Informationen unter:
www.bsa-akademie.de/kos

BSA-Akademie Prävention, Fitness, Gesundheit School for Health Management | Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement University of Applied Sciences | SAFS Swiss Academy of Fitness & Sports | ROBINSON

Let's Go Fitness verstärkt Führungsteam

Let's Go Fitness wächst und erweitert das Kader: Ruedi Messer wird neu Regionalleiter in Bern. Er ist seit vielen Jahren in der Fitnessbranche, hat Precor in der Schweiz gross gemacht und war Inhaber von zwei Fitnesscentern. Jenko (Oskar Achermann) unterstützt die Entwicklung von Let's Go Fitness in der Deutschschweiz und wird sich vor allem für die Expansion und für die Integration der Clubs in der Gruppe widmen. Er hat ebenfalls eine langjährige Erfahrung als Studiobesitzer.

Matrix verstärkt Sales: Christiane Thiele wird neuer Sales Director

Christiane Thiele übernimmt ab sofort die Position des Sales Directors Commercial bei der Johnson Health Tech. GmbH. Sie wird für den Auf- und Ausbau sowie die Führung des gesamten Matrix-Vertriebsteams in Deutschland und Österreich verantwortlich sein. Die Betriebswirtin verfügt über rund 20 Jahre Erfahrung im Vertrieb B2B. Ihre wichtigsten Stationen waren Reemtsma Cigarettenfabriken GmbH sowie Technogym. Hier verantwortete sie unter anderem die Führung der regionalen und segmentspezifischen Vertriebsmannschaften sowie deren strategische und operative Ausrichtung.
«Christiane bringt ein hohes Mass an Kompetenz und Expertise mit», äussert sich Geschäftsführer Ulfert Böhme. «Dank ihrer Erfahrung in den Bereichen Vertrieb, Coaching und Strategische Planung ist sie die perfekte Persönlichkeit für die Leitung unseres wachsenden Vertriebsteams und den Aufbau weiterer Kundengruppen.»

Neuer Social Media Manager für den SFGV

Ab 1. Januar 2020 wird Kilian Käppeli als Social Media Manager für den Schweizerischen Fitness- und Gesundheitscenter Verband (SFGV) arbeiten. Dadurch verfolgt der SFGV seine Strategie, näher am einzelnen Verbandsmitglied wie auch am Endkonsumenten zu sein. Käppeli begann vor über zwölf Jahren in der Fitnessbranche als Fitnesstrainer und arbeitete später in der Geschäftsleitung verschiedener Fitnesscenter.

best4health baut das Vertriebsteam an InBody Kundenberatern aus

Um die grosse Nachfrage nach InBody-Körperanalysern abdecken zu können, baut best4health gmbh ihr Vertriebsteam aus. Thomas Schütz, Geschäftsführer, freut sich über den neuen Aussendienst-Mitarbeiter, Scott Halberstadt. Er verfügt über eine technische Ausbildung mit Berufsmatura und arbeitete zuletzt als Flugzeugmechaniker am Flughafen Zürich. Er spricht fliessend Französisch und wird daher auch für die Kundenbetreuung in der Westschweiz zuständig sein. Er ist jung, dynamisch und sportlich in der swiss ice hockey league als Stürmer aktiv. Thomas Schütz ist überzeugt, dass Scott Halberstadt ebenso einsatzfreudig wie auf dem Eis für die Kunden unterwegs sein wird.

Print wirkt!

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

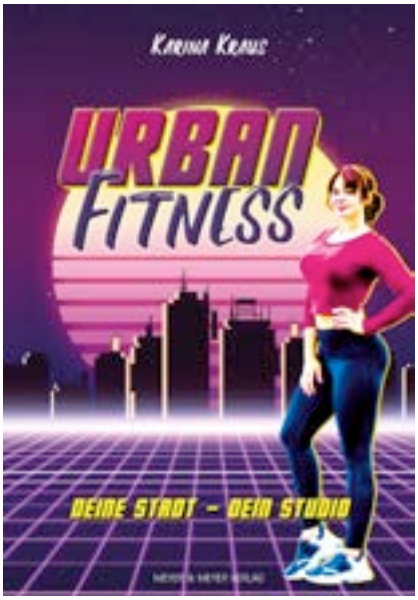
www.fitness.com

Schlanker, fitter, stärker: Das Zahlen-Ich im Netz der Daten

Der Mensch ist heute vermessbar wie noch nie: Millionen analysieren ihr Leben minutiös nach dem Motto «Selbsterkenntnis durch Zahlen». Aber inwieweit lässt sich unsere Realität überhaupt mit Nullen und Einsen abbilden und wie positiv ist diese Entwicklung für unsere Gesellschaft? Denn ob freiwillig oder unwissentlich — tagtäglich hinterlassen wir unzählige Daten über uns im Netz, geben Kaufverhalten, politische Präferenzen oder unser Bewegungs- und Schlafverhalten preis. Die Psychologin Vivien Suchert spürt dem Trend der Selbstvermessung nach — als kritische Wissenschaftlerin und als technikaffine Bewegungsenthusiastin.

Dr. Vivien Suchert; Das vermessene Ich: Von Selbstkontrolle, Optimierungswahn und digitalen Doppelgängern; Verlag Ecowin; ISBN 978-3711002426

Mach die Stadt zu deinem Studio!



Vor Jahren mussten Fitnessinteressierte noch ins Studio gehen, um fitter zu werden. Dann kam der Bodyweight-Trend, bei dem man zu Hause mit dem eigenen Körpergewichts trainierte. Mit Urban Fitness wird nun ein effektives Fitnesstraining komplett nach draussen verlagert. Street Fitness ist nicht nur ein Trend, sondern eine Lebenseinstellung zu der neben den passenden Übungen auch die richtige Ernährung und moderne Trainingspläne gehören. Denn gutes, natürliches und gesundes Essen sind in der Philosophie der Autorin essenziell.

Karina Kraus; Urban Fitness: Deine Stadt — Dein Studio; Verlag Meyer & Meyer; ISBN 978-3840376320

Mann 2020

Immer mehr junge Männer haben Potenzprobleme. Das sagt der Urologe Dr. Markus Margreiter, der bis 2016 Leiter der Ambulanz für erektile Dysfunktion an der Universitätsklinik für Urologie in Wien war und jetzt ein Männer-Gesundheitszentrum führt. Die Ursache dafür sieht er bei Datingplattformen wie Tinder, Internetpornos, schlechter Ernährung, Stress, Existenzängsten und einem Verlust von Nähe. Gleichzeitig wüssten Männer zu wenig über ihren Körper und könnten meist nicht einmal die Frage beantworten, was eine Prostata ist und ob auch Frauen eine haben. In seinem Ratgeber erklärt der Autor leicht verständlich und heiter, was jeder Mann selbst zur Erhaltung seiner Manneskraft tun kann, welche modernen Methoden die Medizin über Viagra hinaus beisteuern kann und wie der männliche Körper funktioniert.

Dr. Markus Margreiter; Mann 2020; Verlag edition a; ISBN 978-3990013335

Gestärktes Bewusstsein für seinen Körper entwickeln

Im April 2020 startet an der Deutschen Sportakademie wieder die berufsbegleitende Weiterbildung zum Achtsamkeitstrainer

Zunehmende Überforderung durch permanente Erreichbarkeit, stressbedingte Krankheiten und alltägliche Reizüberflutungen prägen unsere Gesellschaft. Achtsamkeit kann in der heutigen Zeit, in der Effizienz und Schnelligkeit immer mehr an Bedeutung gewinnen, ein nachhaltiges Gegengewicht bieten, die innere Ruhe sowie Gelassenheit zu finden. Mit Achtsamkeitsübungen können Menschen eine neue Wahrnehmung und Reflektion ihrer gegenwärtigen Situation schaffen und zu mentaler Stärke und Zufriedenheit finden.

Die Deutsche Sportakademie hat die Weiterbildung zum Achtsamkeitstrainer entwickelt, um professionelle Trainer auszubilden, die ihren Kunden ein achtsames Mindset vermitteln, um sie dabei zu unterstützen, innere Ruhe, Konzentration sowie eine starke und gesunde Psyche zu entwickeln.

Die 12-monatige Weiterbildung vermittelt das Grundwissen von Achtsamkeit, Methoden der achtsamen Kommunikation sowie Einblicke in die MBSR (Mindfulness Based Stress Reduction) und Resilienz. «Ergänzt wird das theoretische Wissen durch Achtsamkeitsübungen, die die Konzentration sowie das Bewusstsein für den eigenen Körper nicht nur im Alltag, sondern auch im physischen Training und sportlichen Wettkämpfen steigern», erläutert Merle Losem, Geschäftsführerin der Deutschen Sportakademie, den Zusammenhang von Achtsamkeitstraining und Sport und Fitness.

In sechs Studienbriefen und neun flexiblen Webinaren wird das breite Wissen der Achtsamkeit vermittelt. In drei Praxisworkshops lernen die Teilnehmer «Mindful living» und Achtsamkeit zu praktizieren, anzuleiten und zu begleiten. So werden die angehenden Trainer ideal auf den Arbeitsalltag mit ihren Kunden vorbereitet.

Weitere Informationen zu der Weiterbildung Achtsamkeitstrainer an der Deutschen Sportakademie erhalten Interessierte unter www.deutsche-sportakademie.de/achtsamkeitstrainer

Anzeige

DEINE ZIELE.
DEINE AKADEMIE.
#FUTUREBOOSTER

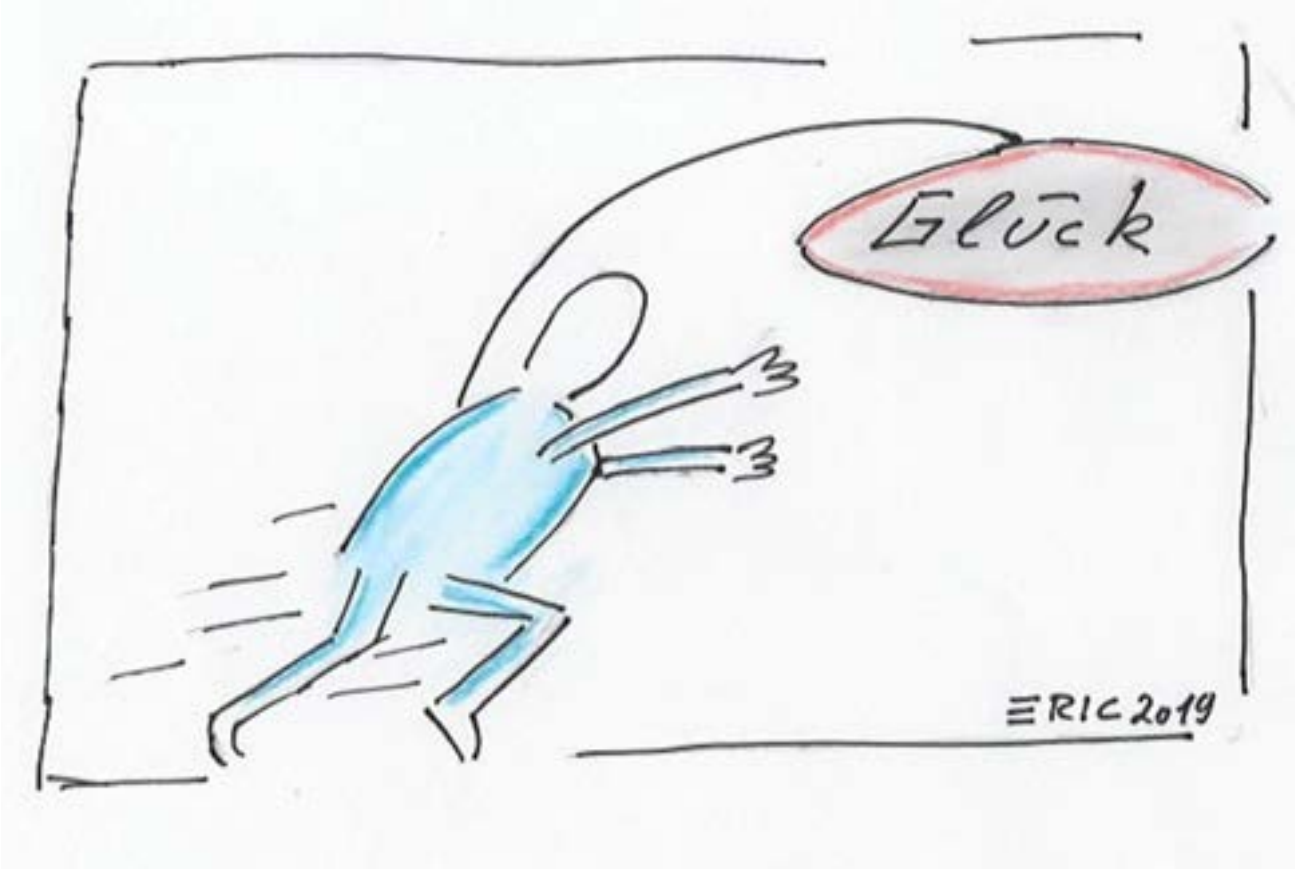
JETZT STARTEN
deutschesportakademie.de oder
0800 / 34 22 100 (kostenfrei)

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

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

Wer Glück sucht, der wird Unglück finden.



Die meisten Menschen streben nach Glück. Es gibt da jedoch ein Problem. Denn auch in Sachen Glück gibt es ein Paradox, dass als Gesetz der Umkehrung bekannt ist. Je mehr man nach dem Glück sucht, desto unglücklicher wird man, weil das Negative bewusster erlebt wird. Das gilt auch für das Geld. Je wichtiger uns Geld ist, desto ärmer fühlen wir uns, ganz unabhängig wie viel man schon davon hat. Je wichtiger uns das Aussehen ist, desto hässlicher fühlt man sich, wenn etwas nicht stimmt. Je zentraler die eigene Fitness im Leben wird, desto unfitter fühlt man sich, da es noch so vieles zu trainieren gibt. Und je stärker man sich eine Partnerschaft wünscht, desto einsamer fühlt man sich (und wirkt unattraktiver auf andere).

Wer also nach dem Glück jagt, der verjagt es. Geld und Status kann man besitzen. Glück nicht. Auch deswegen, weil Glück sich wie die Liebe nicht exakt definieren lassen. Die intensive Suche nach Glück macht entsetzlich unglücklich. Das wusste schon Platon. Wir alle haben schon sehr glückliche Momente erlebt. Aber sobald wir das Glück festhalten wollen, dann verflüchtigt es sich. Ich behaupte: Wenn Glück Ihr Ziel ist, dann ist Ihr Ziel im Weg. Das Glücklich sein kann man weder herbeireden noch kann man es erzwingen. Man kann es jedoch wahrscheinlich machen, dass es — quasi als Nebeneffekt — auftaucht. Wie das? Dazu später mehr.

Damit das persönliche Glück so richtig einschlägt muss man — so meinen viele Menschen — sich zuerst mal selber finden. Dafür buchen sie teure Selbstfindungskurse, belegen Kloster-Auszeiten oder entschleunigen in edlen Wellness-Resorts. Man will die eigene Mitte finden. Meine Lösung dazu. Messen Sie Ihre Körpergrösse und halbieren sie die Zahl. Voilà.

Sich selber zu finden, halte ich für keine gute Idee. Warum? Weil die Frage «Wer bin ich?» falsch gestellt

ist. Auf eine falsch gestellte Frage kann es keine richtige Antwort geben. Diese falsche Frage geht davon aus, dass unser ICH ein fertiges Produkt ist und losgelöst von der Umwelt existiert. Beides ist falsch. Der Mensch ist ein ständiges Werden und er ist ein soziales Wesen, das sich mit der Umwelt ständig austauscht. In der Begegnung mit anderen — sei es beruflich oder privat — erfahren wir uns selbst. Wir beeinflussen unsere Mitmenschen, wie auch sie uns beeinflussen. Wir brauchen die anderen, um uns selber zu sehen, zu erfahren und uns zu entwickeln.

Wer sich in ein Kloster einsperren lässt, der handelt egozentrisch. In einer ruhigen Umgebung und in einem völlig anderen Kontext als im Alltag, kreisen dann die Gedanken um sich selber. Das kann man gut finden oder nicht. Es bleibt aber in jedem Fall nur konzentrisch. Im Krafttraining gibt es zwei dynamische Phasen der Muskelkontraktion. Die konzentrische und exzentrische. In der exzentrischen Phase, das ist unbestritten, können wir vom Training mehr profitieren. Denn in der exzentrischen Phase kann mehr Spannung erzeugt werden. Und darum geht es ja im Krafttraining. Aber auch im Leben. Das eigene Leben spannend erLEBEN. Dazu brauchen wir andere Menschen. Der Mensch als soziales Wesen sollte primär exzentrisch «arbeiten». Exzentrisch, dass heisst; weg vom Zentrum, um paradoxerweise mehr über sich zu erfahren. Wer sich ständig mit sich selber beschäftigt, konzentrisch (zum Zentrum) agiert, um seine Mitte zu finden, der befindet sich in einer mentalen Sackgasse, weil das Zentrum das Aussen für seine Existenz braucht. Gehen wir ins Extreme: Was wäre überhaupt gewonnen, wenn man sein ganzes ICH voll ausgeleuchtet hätte und die eigene Mitte grell im Scheinwerferlicht seziert hätte?

Es wäre keine gute Sache, denn würde man sich ganz kennen, so gäbe es bei sich selber nichts mehr zu entdecken. Aber so wie das Leben ein Geheimnis ist, so sind wir es auch selber. Für uns, wie auch für andere. Dieses Nichtwissen über uns und über unsere Zukunft, das macht das Leben zur wertvollen Entdeckungsreise. Zudem sind wir alle mehrschichtig. Im Austausch mit anderen Menschen verhalten wir uns jeweils ganz anders und zuweilen gegenteilig. Dazu benützen wir auch andere Wörter. Zum Beispiel reden wir mit dem Chef höflich, mit einem Kind kindisch, mit einem Freund kollegial, mit den Eltern defensiv, mit dem Geschäftspartner souverän und am Männerabend derb.

Wo ist da nun genau meine Mitte und wo mein wahres ICH? Der Mensch hat viele Facetten und ohne die anderen, könnten wir diese nicht entdecken. Der Mensch ist ein soziales Wesen und im Austausch mit anderen ein handelndes. Durch unser Handeln und dem Austausch mit anderen Menschen formen wir uns selbst aus. Das, was wir immer wieder tun, das wirkt auf uns zurück.

Dieses Handeln und diese Rückwirkung auf uns selbst, die ist vielen nicht bewusst. Wenn man die Leute nach dem Beruf fragt, (machen Sie das einmal) dann antworten sie: Ich BIN Fitnesstrainer, ich BIN Centerleiter, ich BIN Personal Trainer usw. Das ist aber immer eine falsche Antwort. Denn im Beruf wird man gewöhnlich nicht dafür bezahlt, wer man ist, sondern für das, was man tut. Sie werden fürs TUN bezahlt und nicht für das SEIN. Die richtige Antwort wäre also: Ich arbeite als Personal Trainer/Fitnesstrainer/Centerleiter (und diene meinen Kunden). Bezahlte Arbeit ist immer Arbeit für andere. Und wenn die eigene Arbeit Probleme von Kunden löst oder noch besser, die Lebensqualität der Kunden erhöht, dann ist logischerweise keine Arbeit sinnlos.

Und darum geht es letztendlich im Leben. Den persönlichen Lebenssinn finden. Nicht uns selber! Diese Sinnsuche ist höchst individuell. Was den einen glühend fasziniert, lässt den anderen völlig kalt. Die persönliche Suche nach dem Sinn ist unsere Hausaufgabe und für ein gelungenes Leben obligat. Nicht die Selbstverwirklichung macht den Menschen glücklich, sondern die Sinnerfüllung.

Ob beruflich oder privat. Anderen Menschen zu helfen, einen Unterschied für sie zu machen, zu wissen, dass es auf mich ankommt und dass man gebraucht wird. Das alles ist erfüllend und es macht brutal glücklich. Je mehr sich der Mensch selbst vergisst und sich einer — seiner — Sache hingibt, desto mehr verwirklicht er sich selbst. Selbstverwirklichung stellt sich dann von selbst ein, als eine Wirkung von Sinnerfüllung, aber nicht als deren Zweck. Und genauso ist es mit dem Glück. Das Glücklichsein bricht dann während der sinnvollen Tätigkeit in uns aus.

Sich an einer Sache abarbeiten und sich dabei selber zu vergessen. Sich für etwas hingeben, das grösser ist als das eigene Ich. An etwas wirken, das uns überdauern wird, wie zum Beispiel eine Firma, eine Stiftung oder die Beschäftigung mit einem Kind. Das alles ist sehr beREICHernd. Ein Millionär dagegen, der immer nur auf seinen Vorteil aus ist und zu Hause alleine sein Geld zählt, der ist aus dieser Perspektive gesehen ausgesprochen arm. In der persönlichen Sinnfindung sollten wir ganz aufgehen, uns darin verlieren, um damit gleichzeitig das wahre Leben — nicht uns selbst — zu finden.

Sich in sich selbst zu graben, um mit sich ins Reine zu kommen — was immer auch das bedeuten soll — das ist pure Konzentrik. Wahres Glück und wahres Leben befinden sich jedoch in der Exzentrik.

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

«Silver Ager» statt «Altes Eisen» Die im Marketing unterschätzte Zielgruppe der «Alten»

Früher hatten Menschen im Rentenalter körperliche sowie kognitive Gebrechen, sie waren eben alt. Dieses Bild hat sich gehalten, obwohl die heutige Generation der «Alten» fitter und gesünder lebt. Anstatt auf Stereotypen zu beharren, muss das Marketing diesen veränderten Lebensstil aufgreifen und die Zielgruppe adäquat ansprechen. Diese Adressaten könnten der Schlüssel zum Erfolg für Fitness- und Gesundheitsunternehmen sein.

Die demografische Entwicklung zeigt: Die Deutschen (wie auch die Schweizer und Österreicher) werden immer älter. Allein in den letzten 50 Jahren ist die durchschnittliche Lebenserwartung um zehn Jahre gestiegen. Dieser Anstieg gründet sich auf eine bessere gesundheitliche Versorgung, einen kontinuierlichen medizinischen Fortschritt und den damit verbundenen Rückgang der Sterblichkeit (bpb, 2017). Doch nicht nur eine höhere Lebenserwartung zeichnet das künftige Bild der Gesellschaft. Viele Menschen bleiben fit und gesund bis ins hohe Alter. Das gefühlte liegt vielfach 10 bis 15 Jahre unter dem biologischen Alter, was sich auch im Lebensstil und dem Konsumverhalten vieler manifestiert (Zukunftsinstitut, 2019). Eine Fitnessmitgliedschaft ist längst kein Privileg der Jugend mehr. Immer häufiger strömen Ältere in die Fitness- und Gesundheitscenter.

Die «Silver Society» – eine neue Zielgruppe

«Free Ager», «Downaging», «Forever Youngsters» sind Schlagworte, die den Wandel und die Vielfalt des Alters und Alterns beschreiben. Alt ist nicht mehr gleich alt, die «Silver Society» hat sich als Megatrend in der Gesellschaft etabliert. Der Eintritt in das Rentenalter stellt nicht mehr den Beginn des Ruhestandes, sondern den Beginn der Selbstverwirklichung dar — es gilt, lang gehegte Träume zu erfüllen und das Leben zu geniessen, weshalb auch besonders auf die Gesundheit geachtet wird (Zukunftsinstitut, 2019). Waren Ältere einst nur Patienten auf dem Gesundheitsmarkt, hat sich ein Teil von ihnen längst zu Konsumenten entwickelt, die Produkte und Leistungen, insbesondere des zweiten Gesundheitsmarktes, häufig auch aus hedonistischen Motiven nachfragen. Im Marketing wird vielfach die Notwendigkeit einer zielgruppenspezifischen Ansprache propagiert, um das zunehmend homogene Leistungsangebot erfolgreich zu vermarkten. Ältere aber werden dabei nur wenig differenziert betrachtet und weitgehend pauschal adressiert — mit fatalen Konsequenzen für Image und Erfolg der Unternehmen, denn vermutlich ist keine Zielgruppe so heterogen wie diese.

Das verstaubte Bild der «Alten»

Während das Selbstbild der heute Älteren der skizzierten Entwicklung gerecht wird, ist das Fremdbild in der Gesellschaft veraltet — im wahrsten Sinne des Wortes. Noch immer werden die älteren Generationen mit Adjektiven wie «schwach», «gebrechlich», «langsam» oder «hilfsbedürftig» assoziiert. Gleichzeitig aber werden Ältere als konsumfreudig und kaufstark erkannt und damit zu einer für Unternehmen durchaus lukrativen Zielgruppe, die

bedient werden sollte. Stereotypisierte Vorstellungen schlagen sich jedoch vielfach in einem vermeintlich «seniorengerechten» Leistungsangebot vieler Unternehmen nieder. Stark vereinfachte Produktbeschreibungen, die den reduzierten kognitiven Fähigkeiten Rechnung tragen sollen oder verkleinerte Portionen in Restaurants, die dem vermeintlich geringeren Appetit zu entsprechen versuchen, stellen nur einige Beispiele dar, weiss Professorin Andrea Gröppel-Klein, Direktorin des Instituts für Konsum- und Verhaltensforschung an der Universität des Saarlandes (SaarWirtschaft, 2012). Auch im Fitness- und Gesundheitsmarkt finden sich häufig Angebote wie beispielsweise «Seniorenkurse», die den vermeintlich geringen körperlichen Fähigkeiten dieser Zielgruppe gerecht werden wollen. Solche Angebote mögen einen gewissen Teil der «Senioren» ansprechen, jedoch nicht die durchaus gesunden und aktiven Älteren, die Gesundheit nicht als blosse Abwesenheit von Krankheit, sondern als Lebensgefühl verstehen und sich damit noch längst nicht auf dem körperlichen Abstellgleis sehen, auf dem man sie mit solcher Werbung abholen möchte.

Gefahren der Generalisierung bei Kundenkontakt

Nicht nur das Marketing, auch der persönliche Kontakt mit älteren Kunden sollte individuell und keinesfalls pauschalisiert erfolgen. Empirische Untersuchungen (z. B. Yu et al., 2014) zeigen, dass Ältere eine hohe Servicequalität in Fitnesscentern schätzen bzw. erwarten. Die wahrgenommene Qualität der Dienstleistungen beeinflusst die empfundene Wertigkeit des Fitnessangebots, die Zufriedenheit der Kunden und damit auch deren Intention, das Training auch künftig in ebendiesem Center zu absolvieren. Bestehende stereotype Vorstellungen können das Kommunikationsverhalten allerdings negativ beeinflussen. Betritt ein älterer Kunde oder Interessent das Center und sieht sich mit einer (bewusst oder unbewusst) von Stereotypen geprägten Kommunikation konfrontiert, die sich beispielsweise durch eine vereinfachte, sehr laute oder sehr langsame Sprechweise charakterisiert (Ryan, Hummert & Boich, 1995), weicht ein professionelles einem alles andere als kompetenten Beratungsgespräch. Die Folgen: schlechte Bewertungen, ein negatives Image und schlimmstenfalls sogar der Verlust des (potenziellen) Kunden.

Marketing für die «Silver Ager»

Weg von veralteten Vorstellungen über das Alter(n) — zuerst in den Köpfen und schliesslich auch im Marketing: von rostig zu rüstig, vom alten zum

heissen Eisen, vom «Grauen Panther» zum «Golden Ager». Die Redewendung «Man ist nur so alt, wie man sich fühlt» gewinnt eine völlig neue Bedeutung: Termine online buchen, Facebook checken und digitale Trainingsgeräte nutzen — das alles ist auch für aktive «Best Ager» kein Problem. Die Zeitspanne zwischen Renteneintritt und Lebensende verlängert sich, sie wird aktiver und gesünder gestaltet. Diese verlängerte Zeit, gepaart mit der Offenheit Älterer, Neues zu probieren sowie der körperlichen Fähigkeit, dies auch zu tun, öffnet Fitness- und Gesundheitsanbietern den Raum für vielfältige und differenzierte Angebote, um genau dieses aktive Lebensgefühl zu unterstreichen. Fitness? Gerne! Aber eben präventiv statt reaktiv.

Fazit

Die gesteigerte Lebenserwartung sowie eine hohe Kaufkraft und Konsumfreudigkeit machen die «Älteren» zu einer attraktiven Zielgruppe für Unternehmen der Fitness- und Gesundheitsbranche. Die Etablierung der «Silver Society» als Megatrend und die damit einhergehende Individualisierung innerhalb dieser Gruppe aber zeigt, dass das Alter längst kein Segmentierungskriterium mehr darstellt, an dem sich Unternehmen orientieren sollten. Werte, Überzeugungen und Konsummuster (Zukunftsinstitut, 2019) stellen sich als Erfolg versprechendere Kriterien heraus, um ein neues Bild der «Alten» zu zeichnen und deren vielfältige Wünsche und Bedürfnisse verstehen, adressieren und letztlich befriedigen zu können.

Auszug aus der Literaturliste

- bpb (2017). Die demografische Entwicklung in Deutschland. Zugriff am 22.01.2019. Verfügbar unter http://www.bpb.de/politik/innenpolitik/demografischer-wandel/196911/fertilitaet-mortalitaet-migration
- Ryan, E. B., Hummert, M. L. & Boich, L. H. (1995). Communication predicaments of aging: Patronizing behavior towards older adults. Journal of Language and Social Psychology, 14, 144—166.
- SaarWirtschaft (2012). Der Handel und das Alter. Zweiter Handelskongress Saar. SaarWirtschaft, 12 (2012), 18.
- Zukunftsinstitut (2019). Silver Society Glossar. Zugriff am 22.01.2019. Verfügbar unter https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/mtglossar/silver-society-glossar/

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

Sarah Kobel

M. Sc. Sarah Kobel studierte Wirtschaft und Recht an der Universität des Saarlandes. Sie war von 2012 bis September 2018 als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Konsum- und Verhaltensforschung/Lehrstuhl für Marketing an der Universität des Saarlandes tätig und ist seit Oktober 2018 Dozentin und Tutorin an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement/BSA-Akademie.
www.dhfpg-bsa.de

Jahreszielplanung = Erfolg

Eines meiner Ziele ist – immer Ziele zu haben.
Um mit einem Unternehmen erfolgreich zu sein ist es sehr wichtig, sich mindestens einmal im Jahr einen Überblick über die aktuellen Probleme, die Chancen, die Vergangenheit, den Status Quo und die Zukunft des Unternehmens zu machen. Anhand dieser Grundlagen kann man die Strategie und die Ziele für das kommende Geschäftsjahr neu festlegen. Bei diesem kontinuierlichen Verbesserungsprozess sollten alle beteiligten Personen miteinbezogen werden; d. h. die Kunden, die Mitarbeiter, die Geschäftsführer und die Inhaber. Eine Jahreszielplanung gehört als «wiederkehrende Aufgabe» zu jeder professionellen Firma und zum Qualitätsmanagement.

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

Was ist ein Ziel – SMART Definition

Was ist ein Ziel und wie ist die Definition? Das ist ein wichtiger Punkt, damit wir vom «GLEICHEN» sprechen, bevor ich ihnen eine mögliche Variante einer Jahreszielplanung erkläre. Die SMART Methode ist sehr geeignet ein Ziel zu definieren.

S = Spezifisch: Die Ziele müssen eindeutig definiert sein, so dass es jeder versteht und nachvollziehen kann und keine Missverständnisse entstehen können.

M = Messbar: Die Ziele müssen messbar sein, damit man die Ziele vergleichen, messen und kontrollieren kann.

A = Akzeptiert: Die Ziele müssen von den Empfängern akzeptiert werden. Ohne die Zustimmung der Mitarbeiter sind Ziele nur sehr schwer zu erreichen.

R = Realistisch: Die Ziele müssen machbar sein. Sie müssen für das Team eine Herausforderung und nicht eine Überforderung darstellen.

T = Terminiert: Die Ziele müssen immer terminiert sein und an diesem Zeitpunkt kontrolliert und besprochen werden — immer direkt in die Agenda eintragen.

Vorgehensweise

Um den Überblick zu bekommen ist eine ganzheitliche Betrachtungsweise die Grundlage, um die richtigen Strategien, Entscheidungen und Ziele für das neue Jahr zu erarbeiten. Die wichtigsten Punkte stehen in der Grafik.

Aus der Sicht der Kunden (Kundenzufriedenheit)

- Mindestens 1—2 Mal im Jahr Kundenbefragung durchführen.
- Mängel & Anregungen der Kunden ernst nehmen und auswerten.
- Kundenwünsche nach Machbarkeit überprüfen und Feedback an die Kunden geben.
- Permanenter Verbesserungsprozess sollte ein fester Bestandteil ihres Qualitäts-Managements sein.
- Reklamationsbehandlung und Feedback hat oberste Priorität.

Aus der Sicht der Geschäftsführung (Chef und Geschäftsführung)

- Permanentes Überarbeiten der persönlichen Ziele.
- Strategiesitzungen zweimal pro Jahr mit dem Führungsteam — am besten mit neutralen externen Spezialisten.
- Wichtige Ziele mit neutralen externen Spezialisten besprechen.
- Permanenter Verbesserungsprozess in allen Bereichen einführen.
- Rückblick — Status Quo — Zukunft immer überdenken und daran arbeiten.
- Ziele gemeinsam mit den Mitarbeitern definieren, damit sie sich total identifizieren.
- Das Führungsverhalten analysieren und mit einer Mitarbeiterbefragung optimieren.

Aus der Sicht des Teams (Mitarbeiter)

- Mindestens ein Mitarbeitergespräch pro Jahr pro Mitarbeiter durchführen um jeden optimal fördern zu können.
- Bereichsleiter sind für ihre Bereiche zuständig und müssen Verantwortung übernehmen.
- Bereichsleiter erarbeiten und kontrollieren die Ziele in ihren Bereichen selbstständig mit Unterstützung der Geschäftsführer.
- Ideen der Mitarbeiter werden immer ernst genommen, besprochen und in den permanenten Verbesserungsprozess und in die Ziele integriert.

Jahresmitarbeitersitzung

- Mindestens einmal im Jahr Dezember oder Januar mit allen Mitarbeitern.
- Geschäftsführer präsentiert Rückblick — Status Quo — Zukunft.
- Bereichsleiter präsentieren wie die Geschäftsführer ihre Bereiche.
- Ideen der Mitarbeiter werden immer in den permanenten Verbesserungsprozess und in die Ziele integriert — ev. kleiner Workshop mit allen Mitarbeitern pro Bereich.
- Ziele gemeinsam definieren und kommunizieren.

Schlussfolgerungen

- Jahreszielplanung immer gemeinsam mit den wichtigsten Mitarbeitern und externen Spezialisten erarbeiten — ein häufiger Fehler ist, dass der Chef alle Ziele alleine erarbeitet und dadurch Mühe hat, dass die Mitarbeiter voll hinter seinen Zielen stehen.
- Jahresziele immer in Teilziele (Monat / Woche / Tag) runter brechen und permanent mit einem «goal board», welches für alle Mitarbeiter gut sichtbar ist, z. B. im Personalraum, dokumentieren.
- Als Chef müssen Sie sich permanent weiterentwickeln und an Ihren persönlichen Zielen arbeiten.
- Jahresziele allen Mitarbeitern kommunizieren und an der Jahressitzung zu Beginn oder Ende des Geschäftsjahres diskutieren.
- Jahresziele immer pro Geschäftsbereich definieren, damit man einen guten Überblick hat und gezielt optimieren kann.
- Permanenter Verbesserungsprozess im Betrieb als fester Bestandteil der Betriebsphilosophie einführen und leben.
- Ziele definieren unter dem Motto «weniger ist mehr» — welches sind die wirklich wichtigen Ziele und Kennzahlen, welche wir wirklich brauchen?

Wenn der Plan nicht funktioniert, dann ändere den Plan – aber niemals das Ziel!

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.

Ihr Edy Paul

Vorschau: Im Januar 2020 werde ich ein Webinar zum Thema Jahreszielplanung halten.

Anzeige

Gesundheitsmanagement in der Praxis
Mit dem POHS-Circle psychische Belastungen der Mitarbeiter reduzieren

Dr. Kai Pauling

Es gibt heute keine Branche und kein Betrieb mehr, welche nicht mit dem demografischen Wandel oder Fachkräftemangel konfrontiert sind. Neben den Folgen der Globalisierung, Digitalisierung, der zunehmenden Rolle der ökologischen Nachhaltigkeit und des Werte-, Kultur- und Kommunikationswandels innerhalb der Gesellschaft, gibt es noch ein ganze Reihe von weiteren Themen, die nicht nur ganze (Volks-)Wirtschaften, bis hinunter zu den kleinen inhabergeführten Kleinunternehmen auf der einen Seite, sondern den einzelnen Menschen auf der anderen Seite, d. h. neben Kunden vor allem die Mitarbeiter (MA), vor völlig neue Herausforderungen stellen.

Unzählige Studien, Statistiken und Berichte weisen auf die ansteigenden Stressfaktoren hin, denen die Menschen heute im Privatleben ausgesetzt sind und Experten warnen immer lauter vor den daraus resultierenden negativen Folgen auf die Erwerbstätigkeit. So veröffentlichte die Barmer Krankenkasse in ihrem Gesundheitsreport 2019 jüngst Zahlen zu einer fast um zwei drittel gestiegenen Häufigkeit von ärztlich diagnostizierten Schlafstörungen (#1). Was eigentlich als dringende Handlungsaufforderung an Gesundheitsexperten und vor allem die im Land Verantwortung tragende Politik und Verwaltung gedacht ist, sollte aufgrund der nicht zu erwartenden kurz- oder mittelfristigen konkreten Lösungshilfen seitens dieser genannten Gruppen vor allem Ökonomen, sowie sämtliche Stake- oder Shareholder alarmieren, die existenziell auf erwerbstätige Menschen angewiesen sind. Denn laut der genannten Barmer-Statistik sind Angestellte mit Schlafstörungen mit durchschnittlich 56 jährlichen Krankheitstagen fast drei Mal so oft krankgeschrieben.

Insgesamt ist der Krankenstand der in Deutschland beschäftigten in den letzten zehn Jahren um ganze 70 Prozent gestiegen. An erster Stelle stehen dabei immer noch mit knapp ein viertel der Fehltage und mit 63 Prozent gestiegenen Fallzahlen die Muskel-Skelett-Erkrankungen (MSE). Als Hauptursache für die hohen MSE Krankenstände gilt die demografische Entwicklung, d. h. die ältere Belegschaft. An zweiter Stelle folgen die Fehltage wegen psychischer Belastungen bei der Arbeit, die im letzten Jahrzehnt sogar um 144 Prozent geradezu explosionsartig zugenommen haben (vgl. #2).

Wirtschaftlich führt dies für die Unternehmen zu enormen Kosten. Einerseits müssen durch die Arbeitgeber für die Entgeltfortzahlung jährlich über 60 Milliarden Euro aufgewendet werden und andererseits entstehend durch Kranke MA Produktionsausfälle von etwa 80 Milliarden Euro.

Um der Entwicklung entgegenzuwirken gibt es für Unternehmen verschiedene Möglichkeiten. Einige sind bereits gesetzlich vorgeschrieben, z. B. der Arbeits- und Gesundheitsschutz (AUG), die Gefährdungsbeurteilung (GB) und das betriebliche Eingliederungsmanagement (BEM), während andere freiwillig sind, z. B. betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) und betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM). Besonders in letzteren beiden liegt ein enormes Potenzial. Dies wurde in einer Metastudie (IGA-Report 28) von der Initiative Gesundheit und Arbeit (IGA) nachgewiesen. Demnach können durch eine BGF krankheitsbedingte Fehlzeiten im Durchschnitt um etwa 25 Prozent reduziert werden. Die IGA prognostiziert, dass sich mit jedem in die BGF investierten Euro ein 2,7-Facher ROI (Return on Investment) durch reduzierte Krankheitsfehlzeiten einsparen lässt.

Der POHS-Circle

Da die Umsetzung eines BGM immer von der obersten Leitung der Organisation (OLDO) ausgehen muss, d. h. in der Privatwirtschaft den Stakeholdern bzw. der Unternehmensführung, gilt es in zwei Stufen vorzugehen.

In der ersten Stufe muss die Unternehmens-/Organisationsführung von der Notwendigkeit zur Einführung eines BGM überzeugt werden. In der zweiten Stufe wird im Rahmen eines neuen Führungsprozesses der erforderliche Wandel, d. h. Change und Turnaround, im Unternehmen zur gesundheitsgerechten und leistungsförderlichen Gestaltung von Arbeit und Organisation veranlasst, begleitet, umgesetzt und kontrolliert.

Für die erste Stufe der Einführung eines BGM eignet sich besonders der POHS-Circle. Die Abkürzung steht für einen Kreislauf aus den Phasen Problem (Problem), Orientierung (Orientation), Hilfe (Help) und Lösung (Solution).

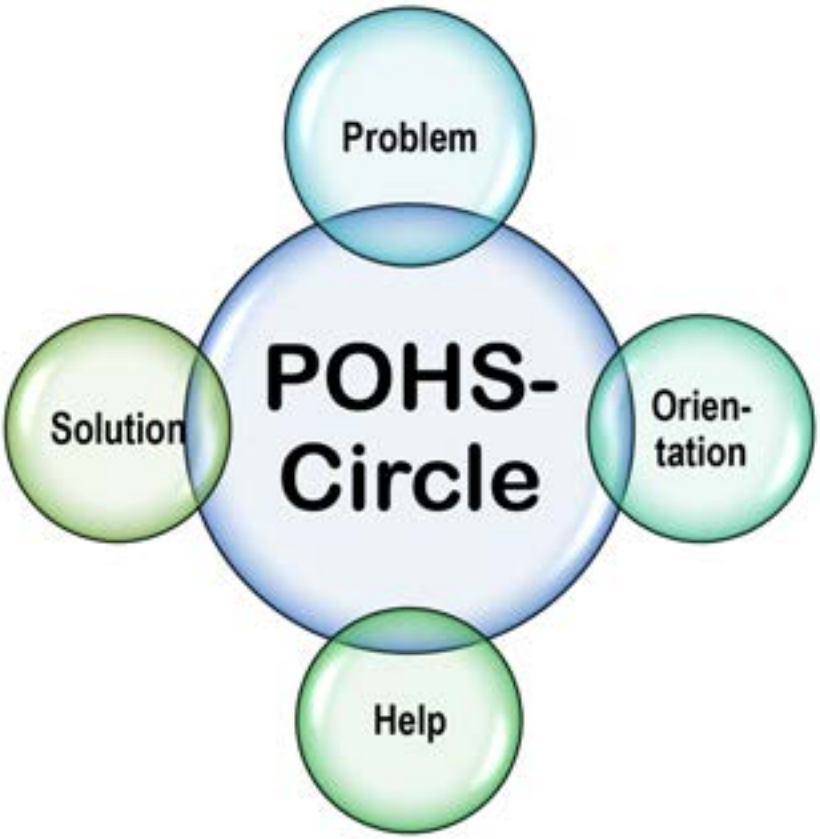
Zur Anwendung des POHS-Circle empfehle ich eine Arbeitsgruppe (AG) nach den Prinzipien des agilen Managements (vgl. FT 181, S. 34—36). Es ist nicht immer ratsam bei der Besetzung der Arbeitsgruppe auf bestehende innerbetriebliche Gruppen zurückzugreifen, z. B. den Arbeitsschutzausschuss (ASA).

Auch wenn der ASA sich bereits in Aspekten der Gesundheit bestens auszukennen scheint, so liegt seiner Arbeit jedoch ein gänzlich gegensätzlicher Blickwinkel zugrunde. Dem Arbeitsschutz (AS) liegt zwar die Gesunderhaltung der MA am Herzen, jedoch aus der Motivation zur gesetzlichen Pflicht zur Unfallverhüttung (UV). Diese Sichtweise ist nicht auf die individuelle Gesundheit des einzelnen MA gerichtet, sondern auf den ihn beeinflussenden Arbeitsplatz als mögliche Krankheitsursache (Ätiologie), d. h. es handelt sich hier um einen pathogenetischen Ansatz. Der AS verbessert den Arbeitsplatz, deren Ausstattung bis hin zur persönlichen Ausrüstung und Arbeits-/Schutzkleidung. Dies jedoch nur dann, wenn es zur Verhinderung von Unfällen bzw. Berufskrankheiten kausal notwendig ist.

Die BGF und dem BGM liegt jedoch der dem AS antagonistische salutogenetische Ansatz zu Grunde. Der Begründer der Salutogenese A. Antonovsky verdeutlichte dies in seiner Flussmetapher. Der Fluss ist der Strom des Lebens, welcher voller Gefahren steckt. Die Pathogenese versucht den Menschen vor dem Ertrinken zu retten, indem sie ihm Rettungsringe zuwirft oder am liebsten den ganzen Fluss trockenlegt. Die Salutogenese will den Menschen dagegen zu einem besseren Schwimmer machen, damit er sich allein über Wasser halten oder am besten entspannt treiben lassen kann.

Die Sichtweise der Salutogenese hat sich in vielen Bereichen durchgesetzt und findet sich u. a. auch in der Gesundheitsdefinition der WHO und Ottawa-Charta wieder. Und obwohl sich dieser Artikel mit der Gesundheit der Mitarbeiter beschäftigt, sollten spätestens an diese Stelle jeder Fitnessstudioinhaber und jeder Trainer ein Aha-Moment haben und sich fragen, ob ihre Positionierung, Arbeitsweisen, Angebote oder Werbung gegenüber den Kunden nicht noch auf den alten pathogenetischen Gedanken beruhen, d. h. z. B. eine Ernährungsberatung die auf Verboten oder eine Rückenschule die auf Vermeidung ausgerichtet ist.

Die Besetzung einer AG sollte daher idealerweise mit Stake- und Shareholdern aus dem Betrieb und mit min-



Grafik: Der POHS-Circle. Quelle: Pauling

destens einem (ggf. externen) Experten für BGF und BGM sein.

Problem-Phase

In der Problem-Phase gilt es durch die AG zu eruieren ob im Unternehmen ein gesundheitsbezogenes Problem für die MA vorliegt oder in Zukunft vorliegen könnte. Ihr Auftrag soll es sein, mögliche vorhandene oder potenzielle Probleme für die psychische und physische Gesundheit der MA zu finden und nach Möglichkeit zu evaluieren. Hierbei soll der Horizont möglichst uneingeschränkt bleiben, d. h. es soll von den einzelnen Tätigkeiten und Personen, über die Organisationsstruktur bis zur Unternehmenskultur alles durchleuchtet werden.

Ein möglicher Ansatzpunkt für den Anfang ist die einfache Erhebung des MNPS (Mitarbeiter-Net-Promoter-Score). Hieraus kann eine weitere Befragung nach dem Warum erfolgen und inwieweit Arbeitsaufgabe, Arbeitsplatz, andere Mitarbeiter und die Organisation/Struktur als gesundheitsfördernd oder krankmachend empfunden werden. Hierbei ist es natürlich wichtig die jeweiligen betrieblichen Gegebenheiten und die Mitbestimmungsrechte zu beachten, d. h. ob Befragungen anonym, offen oder gar als 360-Grad erfolgen.

Orientierungs-Phase

Die Orientierungs-Phase besteht aus drei Schritten. Erstens erfolgt eine Problemanalyse im Setting. Dabei wird unter Anwendung wissenschaftlicher Falsifizierung u. a. überprüft, ob es die Probleme wirklich gibt bzw. geben kann, in welcher Dimension sie vorliegen und welche Auswirkungen zu befürchten sind. Im zweiten Schritt erfolgt eine Vergleichsanalyse im Setting. Dabei wird intern und extern nach vergleichbaren Beispielen recherchiert und ob und wie diese gelöst werden konnten. Im dritten Schritt erfolgt eine Kosten-Nutzen-Analyse. Bei dieser soll herausgestellt werden, welche Vor- und Nachteile aus der Beseitigung der Probleme entstehen und welche Investitionen und Folgekosten notwendig und welcher ROI wann und in welcher Höhe zu erwarten wären. Da es sich bei diesen Schritten um hoch komplexe Analysen handelt, sollte die AG nicht davor zurückschrecken eventuell externe Spezialisten zu beauftragen.

Hilfe-Phase

Die Hilfe-Phase hat eine doppelte Dimension. Einerseits soll die AG hier alle Aspekte zusammentragen, bei denen Hilfe benötigt wird, sei es intern oder extern, und wie diese Hilfe konkret aussehen sollte. Anderseits soll in dieser Phase eine Präsentation der bisherigen Ergebnisse gegenüber der obersten Leitung der Organisation (OLDO) stattfinden, ohne dabei jedoch die genannten Hilfe Aspekte vorwegzunehmen. Im Idealfall soll die OLDO nach der Präsentation aus psychologischen Gründen selbst zu der gleichen Ansicht gelangen, d. h. dass erstens Handlungsbedarf besteht und zweitens Hilfe benötigt wird. Damit wäre dann das erste Ziel erreicht, d. h. dass die OLDO hinter der Umsetzung des BGM steht.

Lösungs-Phase

In der Lösungs-Phase wird die Arbeit der AG in ein Projekt, auf Basis der Grundlagen des modernen Projektmanagements, überführt, welches sich dann mit den Lösungen zur Umsetzung im Rahmen eines BGM beschäftigt. Die Projektgruppe (PG) sollte die Partizipation aller Stake- und Shareholder ermöglichen und idealerweise von einem qualifizierten hauptberuflichen Gesundheitsmanager geleitet werden. Der Gesundheitsmanager (GM) sollte wiederrum direkt auf Ebene der OLDO angesiedelt sein. Denn nachdem die PG die Lösungen ausgearbeitet hat, liegt es in der Arbeitsaufgabe des GM diese im Führungsprozess umzusetzen. Hierfür eignet sich der vom Autor angepasste achtstufige Führungsprozess (PLP).

Spätestens nach Abschluss der Lösungsphase kann die ursprüngliche AG wieder zusammenkommen, um eine erneute Problem-Phase zu starten, wobei im Idealfall keine der vorherigen Probleme mehr gefunden werden sollten. Werden neue Probleme lokalisiert, können diese dann direkt zur weiteren Bearbeitung an den GM abgegeben werden.

Fazit

Das BGF und BGM für jedes Unternehmen eine Notwendigkeit sind, steht heute unter Experten ausser Frage. Die Einführung eines BGM ist jedoch eine hoch komplexe Herausforderung, die nur unter fachlich und betrieblich qualifizierter Leitung mit Unterstützung des ganzen Betriebes und insbesondere deren Führung möglich ist. Mit Hilfe des POHS-Circle lässt sich nicht nur das BGM initiieren, sondern es kann im Weiteren als ständiges Tool im Rahmen eines Qualitätsmanagements eingesetzt werden. Darüber hinaus eignet es sich ebenso in der Beratung und im Coaching der Führungskräfte.

Abschliessend soll noch darauf hingewiesen werden, dass das Thema der betrieblichen Gesundheit in Zukunft ein enormes weiteres Wachstum erleben wird und hier grosse Chancen für den Nachwuchs und externe Berater liegen. Insbesondere aus der Fitness- und Gesundheitsbrache könnten hier neue Segmente erschlossen werden, die weit über den klassischen Betriebs-/Präventionssport hinausreichen. Denn während sich grosse Unternehmen eine Abteilung bzw. ein Management für die BGF und das BGM leisten müssen, werden insbesondere KMU dies nicht können und daher auf externe Hilfe zurückgreifen, so wie es in der DIN SPEC 91020 vorgeschlagen wird. Und dies insbesondere vor dem vielen Selbstständigen unbekannten Hintergrund, dass die gesetzlichen Vorschriften oft bereits greifen, wenn ein Unternehmen bloss einen einzigen Mitarbeiter beschäftigt.

Quellen

#1. https://www.barmer.de/presse/infothek/studien-und-reports/gesundheitsreports-der-laender/gesundheitsreport-2019-schlafstoerungen-194484

#2. http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/19/136/1913689.pdf

Dr. Kai Pauling
ist Dozent und unabhängiger Experte für Sport Management und Business Administration, insbesondere Fitness-/Gesundheitsmanagement, Change-/Turnaroundmanagement und Unternehmensführung/Personalentwicklung.

Kontakt:
kai.pauling@sporting-expert.com

Integratives Training

Die motorischen Fähigkeiten (Kraft, Beweglichkeit, Ausdauer und Koordination) werden in Alltagssituationen, aber auch in vielen Sportarten selten isoliert voneinander beansprucht, sondern beeinflussen sich gegenseitig. Auch wenn die Sportwissenschaft klare Definitionen für die motorischen Fähigkeiten liefert, sind die Übergänge bei alltäglichen und sportlichen Belastungen eher fliessend und sollten daher, im Sinne eines funktionellen Trainings, kombiniert beansprucht werden, um den Alltagstransfer zu maximieren.

So werden zum Beispiel bei einem Krafttraining neben Kraft auch weitere motorische Fähigkeiten wie Koordination oder Beweglichkeit trainiert. Das sogenannte «integrative Training» zielt darauf ab, die motorischen Fähigkeiten ganzheitlich, multidimensional und bewegungsorientiert zu verbessern. Durch eine entsprechende Übungsauswahl und spezifische Variationen können die motorischen Fähigkeiten in ihrer Gesamtheit gezielt geschult und somit das Leistungsniveau im Hinblick auf eine höhere Alltagsbelastbarkeit oder eine höhere sportartspezifische Leistung erweitert werden.

Der Einsatz dieser Trainingsform kann sowohl für gesundheits- als auch leistungsorientierte Sportler effektiv sein. Die Trainingsplanung richtet sich, wie auch bei isoliertem Kraft- oder Ausdauertraining, an der Leistungsfähigkeit und der gesundheitlichen Verfassung des Trainierenden und dessen Zielen.

Im Vorfeld der Trainingsplanung sollten konkrete Vorsätze formuliert und entsprechende Schwerpunkte für den Sportler definiert werden. So kann der Fokus der Trainingsinhalte zum Beispiel gleichermassen auf der Entwicklung der motorischen Fähigkeiten Kraft, Ausdauer, Beweglichkeit und Koordination liegen. Zudem besteht die Möglichkeit, eine konkrete motorische Fähigkeit weiter in den Fokus zu rücken. So kann das Ausdauertraining in Kombination mit koordinativen Übungen zur Verbesserung der Gleichgewichtsfähigkeit absolviert werden. Eine relativ einfache Möglichkeit die motorischen Fähigkeiten Koordination und Kraft zu kombinieren, ist grundsätzlich der Einsatz von Übungen mit freien Gewichten. Durch die Kontrolle der Freiheitsgrade und die erhöhten Anforderungen an die Stabilisierungs- und Gleichgewichtsfähigkeit wird hierdurch ein gezielter Alltagstransfer erreicht. Ein solches Training verbessert die Fähigkeit zur Autostabilisation in allen Bewegungsebenen. Beim Einsatz zusätzlicher komplexer, mehrgelenkiger Übungen werden Muskelketten alltagsnah gekräftigt und die intermuskuläre Koordination geschult.

Für die Umsetzung des integrativen Trainings kommt natürlich jede Fitness- und Gesundheitseinrichtung infrage. Weiterhin eignen sich sog. Trimm-Dich-Pfade für Athleten, die gerne ihre Sporteinheit im Freien absolvieren. Aber auch ohne Geräte und Hilfsmittel lässt sich ein integratives Training organisieren, wobei hier die Gestaltungsmöglichkeiten nicht so vielfältig sind wie in Einrichtungen mit entsprechendem Equipment. In Kombination mit einer Ausdauereinheit bieten sich zur Leistungssteigerung der motorischen Fähigkeiten Kraft und Koordination beispielsweise die Ausführung von Übungen mit dem eigenen Körpergewicht (engl.: bodyweight training) in den Pausen zwischen intensiveren Laufintervallen an. Dabei können z. B. der Einbeinstand zur Verbesserung der Gleichgewichtsfähigkeit und der Ausfallschritt zur Kräftigung der hüft- und kniegelenkumgebenden Muskulatur ausgeführt werden.

Um möglichst optimale Trainingseffekte zu erzielen, ist eine adressatenspezifische und zielorientierte Trainingsplanung notwendig. Dies setzt ein umfassendes Wissen über Trainingsplanung und -durchführung in allen Facetten der motorischen Fähigkeiten voraus. Aus diesem Grund sollte man für die Trainingsplanung auf geschultes Fachpersonal zurückgreifen oder seine eigenen Kenntnisse durch entsprechende Schulungen erweitern.

Bei der BSA-Akademie mehr über integratives Training lernen

Dieses und weitere Themen rund um das Training aller motorischen Fähigkeiten werden im Aus- und Weiterbildungsangebot der BSA-Akademie unter anderem in den Fernlehrgängen Fitnesstrainer/in-B-Lizenz, Trainer/in für gerätegestütztes Krafttraining und Trainer/in für Cardiofitness behandelt.
www.bsa-akademie.de

Antara® Convention, 25. Januar 2020, Zürich

Antara® das Bewegungskonzept mit Substanz und Vielseitigkeit! Wer Antara® verstanden hat, weiss was er/sie tut und kann die Grundlagen kreativ anwenden. Solch kreatives Schaffen werden auch an der Antara® Convention 2020 zur Auswahl und zum Geniessen angeboten. Jetzt einen Platz sichern und heute anmelden! Das Convention-Programm 2020 ist vielseitig, voller Ideen und interessanten Themen.

Mehr Informationen unter www.star-education.ch

Neue Messe in Zürich 2020

Die ersten PULSE DAYS bringen vom 16. bis 18. Oktober 2020 in der StageOne Eventhalle — dem temporär grössten Gym von Zürich — alles rund um die Themen Sport, Fitness und Healthy Living in einer Location zusammen.

Dieser Event präsentiert einem fitnessbegeisterten Publikum gesunde, nachhaltige, effektive, moderne und innovative Sport-, Trainings- und Ernährungskonzepte, die auf dem neusten Stand der Wissenschaft sind. Gemäss dem Organisator sollen sich über 120 Unternehmen und Partner mit ihren Produkten auf rund 4'000 Quadratmetern Ausstellungsfläche zeigen. Die PULSE DAYS laden zum sportlichen Get-together ein und animieren, sich rund um die Themen Bewegung, Fitness, Healthy Living und Food auszutauschen. Spannende Experten-Talks und Präsentationen der neusten Fitness-Trends und Wearables runden die Vielfalt des Events ebenso ab wie ein einladender Food Market mit energiegeladener Nahrung.

Das Zusammenspiel aus Inspirationen, Informationen und Ausprobieren neuer Trends und von etablierten Konzepten wird für ein langes Wochenende erlebbar gemacht — mit allem, was das Fitnessherz begehrt. Die PULSE DAYS fordern alle zu einem ganzheitlichen Gesundheitsbewusstsein auf und bieten Orientierungshilfen rund um Sport und Ernährung im Umfeld der Grossstadt, die sich einfach in einen gesund gelebten Alltag integrieren lassen.

www.pulsedays.ch

Anzeige

14x in der Zentralschweiz

one training center

Wir suchen:
- Clubmanager
- Stv. Clubmanager
- Fitness-Instruktoren
- Quereinsteiger
- Group Fitness-Instruktoren

one-training.ch

Grund zum Feiern bei NEOGATE

Robert Looser von NEOGATE

NEOGATE, die Schweizer Vertretung des Vorarlberger Elektronikkonzerns GANTNER kann im Dezember 2019 ihr fünfjähriges Bestehen feiern. «Wir liegen mit unseren Produkten momentan im Trend. Seit der Gründung konnten wir bereits deutlich über zweihundert Fitnessanlagen in der Schweiz mit unseren Lösungen ausstatten und dürfen vom Personal-Training Studio, über 24h Clubs und klassischen Fitnessanlagen, bis hin zu verschiedenen nationalen Ketten, die gesamte Bandbreite an Fitnessanbietern zu unseren Kunden zählen», freut sich Firmengründer Robert Looser.

Vorreiter bei der Digitalisierung von Fitnessanlagen

Der IT-Systemintegrator mit Sitz in Zürich hat sich von Anfang an ganz der Digitalisierung von Freizeitunternehmen verschrieben und ist Vorreiter bei den Themen Zutrittskontrolle, bargeldloser Zahlungsverkehr und elektronischen Schrankschliesssystemen. «Wer die Digitalisierung zuerst mit der Einsparung von Personalkosten in Verbindung bringt, versteht die Möglichkeiten und Chancen nicht richtig. Unsere Systeme sind in erster Linie darauf ausgelegt, dem Fitnessmitglied ein noch besseres Erlebnis zu bieten. Der Kunde soll die Möglichkeit haben, ein Abo einfacher und schneller zu lösen und zu bezahlen. Auch zu Stosszeiten will das Mitglied nicht lange auf die Ausgabe eines Garderobenschlüssels warten, sondern ohne Wartezeit die Anlage betreten können. Gleichzeitig erhält der Betreiber mit modernen Systemen die Sicherheit, dass nur berechtigte Personen in der Anlage sind. Wird ein Center mit elektronischen Schrankschlössern ausgerüstet, erhält das Personal durch den Wegfall der Schlüsselausgabe am Empfang mehr Zeit. Wird diese Zeit dann in der Neukundengewinnung oder der Betreuung auf der Trainingsfläche verwendet, sind die Chancen solcher Systeme richtig erkannt und eingesetzt.»

www.neogate.ch

well come FIT eröffnet Einstein in St. Gallen

Der Mitgliederandrang gibt dem Erfolgsrezept der inhabergeführten Fitnesscenters recht: Zum ersten Mal wurde in der Schweizer Fitnessgeschichte ein Fitnesspark der Migros von einem inhabergeführten Center abgelöst.

Die well come FIT AG hat am 1. November 2019 nach nur zweimonatiger Umbauphase am Standort St. Gallen Einstein ein weiteres, drittes Fitness Center in St. Gallen eröffnet. Nach dem Umbau gibt es neu im Erdgeschoss drei Groupfitness-Räume und einen grosszügigen centereigenen Kinderhort. Die Trainingsflächen auf der ersten und zweiten Etage wurden optimiert und mit Trainings- und Ausdauergeräten der neuesten Generation bestückt. Neben einem separaten Workout-Bereich, wurde auch ein eigener Functional-Bereich eingerichtet. Auf der dritten Etage wurde der einmalige Wellness Bereich mit seinem Kristallbad durch zwei Saunen sowie ein Shower-and-Steam-Bad ergänzt. 2020 erfolgt der Ausbau einer Wellness- und Saunalandschaft auf der Dachterrasse.

Die well come FIT Gruppe besteht seit 27 Jahren. Ihren Ursprung hat sie in Frauenfeld. Während der letzten sechs Jahre konnte der Inhaber Tunç Karapalanci sein Erfolgskonzept in Frauenfeld um die Standorte Netstal, Bülach und nun eben mit den drei Standorten in St. Gallen ergänzen.

Die FITNESS TRIBUNE wird in einer späteren Ausgabe über well come FIT berichten.

Anzeige

WIR DIGITALISIEREN FITNESSCLUBS

Machen sie den nächsten Schritt Richtung Digitalisierung. Mit der Integration der RFID-Komponenten von GANTNER werden die Abläufe für Zutrittskontrolle, Zahlung und Schrankschliesssung komplett automatisiert. Gerne beraten wir Sie telefonisch oder vor Ort.

Zutrittskontrolle

Bargeldlose Zahlung

Schranksysteme

RFID-Datenträger

Offizielle GANTNER Vertretung Schweiz:

NEOGATE
WIR DIGITALISIEREN FREIZEITBETRIEBE

Mehr Informationen im Web:

www.neogate.ch

www.gantner.com

Kontakt:

Neogate AG
Landhusweg 6 T: 044 3013000
CH-8052 Zürich E: info@neogate.ch

basefit.ch eröffnet 40. Club mit neuem Design

basefit.ch eröffnet mit dem Standort Basel Markthalle seinen 40. Club. Dieses Center wird bereits nach dem neuen Designkonzept eingerichtet. Gemäss Thomas Küttner von basefit.ch sind viele weitere Neueröffnungen im Jahr 2020 geplant. Eine spannende Reportage über basefit.ch kann in der letzten FITNESS TRIBUNE nachgelesen werden (FT Nr. 182 ab Seite 20 oder Online).

Let's Go Fitness eröffnet neuen Standort und kooperiert mit neuem Baupartner

Let's Go Fitness hat Ende November einen neuen Standort in Murten eröffnet. An diesem Standort werden folgende Leistungen angeboten: Krafttraining, Freihantelbereich, Cardio, Groupfitness, Sauna und Personal Training. Als neuer Totalunternehmer (TU) konnte Daniel Wirth mit seiner Firma fit & wellness concept in Wetzikon den Auftrag für die zukünftigen Neu- und Umbauten der Let's Go Fitness-Standorte ergattern.

update Fitness eröffnet zwei neue Standorte

Die update Fitness AG (Coop 51%), ein weiterer grosser Player in der Schweiz, mit über 40'000 Mitgliedern und über 800 Mitarbeitenden eröffnet noch Ende diesen Jahres in Münchenstein einen neuen Standort und im Frühjahr 2020 wird mit Basel Gundeli ein weiterer dazukommen.

MFIT von Activ Fitness übernommen

Die Migros Zürich hat die 15 MFIT-Studios von der Migros Ostschweiz und den Fitnesspark Winterthur «Banane» übernommen. Die Marke MFIT verschwindet und die Center werden in Activ Fitness umbenannt. Erfahren Sie mehr darüber im Interview mit René Kalt ab Seite 28.

Neue Saunawelt im Fitnesspark National Luzern

Die erste Etappe der Modernisierung im Fitnesspark National Luzern ist abgeschlossen: Die 700 m2 grosse Saunalandschaft wurde komplett neu gestaltet. Neben dem modernen, hochwertigen Innendesign kamen auch neue Angebote hinzu, die zur Entspannung und Regeneration des Körpers beitragen. Der Herren- und Damenbereich wurde je mit einer Schneegrotte ausgestattet. Eine solche Anlage steht in der Schweiz nur an wenigen Standorten zur Verfügung. Eine neue Infrarotsauna bei den Herren lindert Gelenkschmerzen und Muskelverspannungen, eine Trockensauna bei den Damen ist dank geringer Luftfeuchtigkeit und angenehmer Temperatur besonders für Sauna-Einsteigerinnen geeignet. Neu können die Gäste im Ruheraum auf geheizten Wasserbetten entspannen oder sich in der gemischten Relax-Lounge unterhalten. Im Rahmen dieser Umbauetappe wurde zudem das Sonnendeck auf dem Dach des Saunageschosses neu gestaltet und möbliert. Insgesamt investierte die Migros Luzern 6,4 Millionen Franken in die Erneuerung der Saunawelt und des Sonnendecks. Die zweite Umbauetappe startet im Januar 2020.

Anzeige

Neue Migros Fitnessanlage im Herzen von Bern

Am 1. November hat die Migros Aare an der Christoffelgasse in Bern den ersten Migros Fitnessclub eröffnet. Im historischen Gebäude können sich Fitnessbegeisterte auf modernste Trainingsgeräte in einem einzigartigen Ambiente an zentraler Lage freuen. Der Migros Fitnessclub ist das Flagship der neuen Marke, welche die Marke Flower Power ersetzen wird.
Auf einer Gesamtfläche von über 2000 Quadratmetern erwartet Besucherinnen und Besucher unter anderem modernste Fitnessgeräte, Wellness, Massage, einen Kidz Club, Personal Training, Group Fitness und eine HIT Station. Medbase als medizinischer Kooperationspartner, rundet das Angebot ab.
Das Gebäude an der Christoffelgasse blickt auf eine geschichtsträchtige Vergangenheit zurück. Es wurde 1908 als repräsentative Dependance der Schweizerischen Volksbank gebaut und als Bank genutzt. Beim Umbau der jetzigen Männerdusche kamen historische Strukturen zum Vorschein. Auch der ehemalige Tresor der Volksbank wurde beim Umbau belassen und in die neue Umgebung miteinbezogen. In diesem befindet sich nebst den Garderoben nun auch der Wellnessbereich.

fit+: Neue personallose Kette kommt in die Schweiz

Anfang Januar 2019 eröffnet fit+ ein topmodernes Trainingsstudio in Buttikon (SZ). Besonderheit: Das Studio wird komplett personallos betrieben. fit+ setzt nicht nur auf eine vielfältige, topmoderne und hochwertige Ausstattung mit Kraft- und Ausdauergeräten, sondern ergänzt das Angebot um die Bausteine Beweglichkeitstraining und ein begleitendes Ernährungsprogramm. Keinen Grund für Ausreden erlauben die fit+-Öffnungszeiten: 365 Tage im Jahr von 6—23 Uhr sind die fit+ Sportsclubs geöffnet.
Mit mehr als 70 Clubs in Deutschland und Österreich setzt fit+ die internationale Expansion mit der Eröffnung in der Schweiz fort. Das Lizenzsystem ist mit einer eigenen Tochterfirma in Zürich vertreten. Geschäftsführer und Gründer Torsten Boorberg hat anspruchsvolle Ziele für die Schweiz: «Wir werden in den beiden kommenden Jahren 15 Anlagen eröffnen», so Boorberg.

Anzeige

reACT im S Fit Kerzers

«Den reACT benutzen wir als Schnittstelle zwischen Koordinationstraining mit Sensopro und dem five Konzept.

Die hauseigene Physiotherapie wird mit dem reACT eine ergänzende Therapieform dazu bekommen.

Und natürlich nicht zu vergessen, für alle Menschen, die ein Speed-Training mit hoher Effektivität suchen.»

Chrigu Stucki, S Fit

www.reacttrainer.eu

Impressionen 2. Herbstausgabe Mountain Move, 3. bis 6. Oktober 2019

Anzeige

OUTRACE

THE MODULAR GROUP FITNESS EXPERIENCE

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

Jetzt reservieren! BranchenTag: Freitag, 17. April 2020

BranchenTag 2020 — Der Event im Jahr, den sich Berufsleute nicht entgehen lassen dürfen. Nutzen Sie die Gelegenheit und verbringen Sie einen lehrreichen Tag mit Branchenkolleginnen und -kollegen. Profitieren Sie von wichtigen Inputs und Neuigkeiten aus unserer Branche und tauschen Sie sich mit Ihresgleichen aus.

Sie sind noch kein BGB- oder SFGV-Mitglied? Kein Problem. Wir freuen uns darauf, mit allen Bewegungsfachleuten einen inspirierenden BranchenTag 2020 verbringen zu dürfen!

Die Vorstände des Berufsverbandes für Gesundheit und Bewegung BGB Schweiz und des Schweizerischen Fitness- und Gesundheitscenter Verbandes SFGV begrüssen Sie zum BranchenTag mit dem Kernthema: «Durchstarten mit neuen Business-Strategien».

Verbringen Sie einen Tag unter Gleichgesinnten. Tauschen Sie sich während einem Spaziergang durch die Fachausstellung zum Thema Bewegung und Gesundheit mit Berufskolleginnen- und kollegen aus. Besuchen Sie unsere abwechslungsreichen Workshops und die interessanten Fachvorträge, welche Ihnen garantiert neue Ideen für Ihre Geschäftstätigkeit liefern werden.

Gala Dinner mit Showblocks

Mitglieder des SFGV sind kostenlos am Gala Dinner eingeladen und dürfen eine Begleitperson mitnehmen. Mitglieder des BGB Schweiz sowie Nichtmitglieder sind herzlich eingeladen für CHF 120.- pro Person am Gala-Dinner teilzunehmen.

Mehr Infos zum BranchenTag gibt es in der nächsten FITNESS TRIBUNE. Reservieren Sie sich aber den Freitag, 17. April 2020 schon einmal dick in Ihrer Agenda.

Partner-Tagung des SFGV in der FIFA WORLD

Am 7. November 2019 lud der SFGV zur Partner-Tagung nach Zürich ein. Begonnen mit einer spannenden Führung durch die FIFA WORLD fing anschliessend der offizielle Teil der Tagung an. Den Schwerpunkt bildete der BranchenTag 2020. Der Verband Informierte über die wichtigen Neuerungen zugunsten der Aussteller. Diese sollen im kommenden Jahr auf einer kompakteren Ausstellungsfläche präsent sein, damit mehr Interaktion mit den Besuchern stattfinden kann. Dazu gab der Verband bereits das Ausstellerverzeichnis mit provisorischem Standplan ab. Ausserdem wurden die ersten Infos zu den Swiss Skills präsentiert und das neue Social Media Konzept vorgestellt. Nach der Partner-Tagung konnten sich die Teilnehmer bei einem reichhaltigen Abendessen gemütlich unterhalten, bis der Anlass gegen 22 Uhr mit zufriedenen Gästen seinen Ausklang fand.

Ausbildung zum Experten/in Bewegung- und Gesundheitsförderung mit eidgenössischem Diplom: Die zukünftige Elite unserer Branche

Die Ausbildung zum Experten/in Bewegung- und Gesundheitsförderung mit eidgenössischem Diplom stellt die höchste Stufe in unserem Beruf dar. Dementsprechend hoch sind die Anforderungen, denn die zukünftigen Experten haben eine Schlüsselfunktion in gesundheitsorientierten Unternehmen. Sie sollen eng mit Physiotherapeuten und Ärzten zusammenarbeiten. Sie können Schnittstelle in der Kommunikation mit anderen Anbietern und Organisationen der Gesundheitsbranche, seien es Krankenkassen, Ligen und Verbände oder komplementär medizinischen Einrichtungen sein.

Aufgrund der mehrjährigen Berufspraxis, welche Bedingung für die Ausbildung ist, verfügen die Experten neben dem vermittelten Wissen auch über die nötige Erfahrung im Umgang mit Kunden, welche mit diversen Beschwerdebildern trainieren. Sie beherrschen ein gesundheitspsychologisches Coaching und werden somit für viele Kunden in gesundheitsorientierten Centern zur Vertrauensperson.

Der hohe Praxisbezug sichert letztlich die Umsetzung des professionellen Wissens der Experten, welches eine andere Herangehensweise als der rein akademische Weg ist. Training als «Wissenschaft» zu studieren bedeutet eigenständig zu forschen um der «Wahrheit» ein Stück näher zu kommen. Dies bedeutet aber noch lange nicht, dass diese «Wahrheit» in der Praxis auch von Nutzen sein muss.

Die Ausbildung zum Experten/in Bewegung — und Gesundheitsförderung ist die Spitze der Ausbildungspyramide. Sie soll bewusst die Elite unserer Branche darstellen und den Centern, welche sich bewegungsmedizinsch ausrichten wertvolle Mitarbeiter liefern.

Weitere Informationen sind auf unserer Homepage www.sfgv.ch unter «Bildung» zu finden.

Die ersten Kurse sind derzeit bei der SAFS ausgeschrieben. Als Prüfungsleiter dieser Ausbildungsstufe stehe ich gerne für weitere Fragen unter a.tummer@sfgv.ch zur Verfügung.

André Tummer
Vorstandsmitglied SFGV

Kickoff Swiss Skills 2020

9. bis 13. September 2020, BEA Expo in Bern

Das Kickoff Meeting des Kernteams Swiss Skills 2020 liegt bereits wieder hinter uns. Wir freuen uns, dass neu der SFGV die Schirmherrschaft übernommen hat. Als Branchenverband mit namhaften Partnern ergeben sich dadurch zusätzliche personelle Ressourcen und Zugänge zu Sponsoren, für dieses doch sehr aufwändige und kostspielige Projekt.

Insgesamt werden sich 21 Kandidaten für die Swiss Skills 2020 qualifizieren können, verteilt auf drei Sprachregionen. Der Wettkampf orientiert sich an der praktischen Prüfung des Lehrabschlusses, bewegt sich jedoch auf höherem Niveau. Der Wettkampf gestaltet sich so, dass ein «Kunde» ein sogenanntes Fallbeispiel verkörpert. Der Athlet wird mit dem Kunden sieben Stationen absolvieren. Dazu gehören Testing, Einführungstraining, Trainingsplanung für Fortgeschrittene, Verkauf Lebensstilberatung und Groupfitness.

Der Sonntag wird so gestaltet sein, dass die Fitness- und Gesundheitsbranche der Bevölkerung auf sympathische und lebensnahe Art und Weise näher gebracht wird. Die gesamte Berufswelt vom Ofenbauer, Polymechaniker, Bekleidungsgestalterin bis hin zu unseren Berufsleuten präsentieren sich hier auf sehr eindrückliche, farbige und interessante Weise.

Wir bitten alle Berufsbildner, ihre Lernenden zu ermutigen, sich für diesen Wettbewerb anzumelden. Es ist neben der Lehre eine sehr gute Vorbereitung für die Lehrabschlussprüfung und zusätzliche Weiterbildung.

Datum	Zeit	Ereignis	Ort
29.2.2020	09-16	Casting	Neuenburg
25.4.2020	09-16	1.Trainingscamp	Zürich
22.8.2020	09-16	2.Trainingscamp	Bern
9.-13.9.2020	07-18	Swiss Skills 2020	Bern
9.9.2020	08-17	Ausscheidung 1 Deutschschweiz	BEA Expo, Bern
10.9.2020	08-17	Ausscheidung 2 Deutschschweiz	BEA Expo, Bern
11.9.2020	08-17	Ausscheidung Romandie	BEA Expo, Bern
12.9.2020	08-16	Final	BEA Expo, Bern

In der Tabelle links ein kleiner Einblick in die Agenda der Teilnehmer vor den Wettkämpfen:

Interessierte Lernende finden auf unserer Homepage www.sfgv.ch genauere Informationen und Anmeldungsformulare.

Bedingungen

- Der Lernende befindet sich im September 2020 im 2. Lehrjahr
- Zulassung bis Jahrgang 1996 (nicht älter als 24 Jahre im Wettkampfjahr)

Wir hoffen Ihr Interesse für die Swiss Skills 2020 geweckt zu haben und ermuntern Sie: Reservieren Sie sich einen dieser Tage, denn die Swiss Skills 2020 sind auf jeden Fall einen Besuch wert.
Wir freuen uns auf eine spannende Vorbereitungszeit!
Irene Berger, Projektleiterin

Fitness- und Gesundheitscenter des Jahres 2020

Award des SFGV und der FITNESS TRIBUNE

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

Nicht die Grösse eines Unternehmens ist entscheidend, sondern die Vision, die Strategie und ihre Umsetzung, der Pioniergeist, die Originalität und die Qualität der Dienstleistung.

Das sind die Nominierten

Nun sind die Nominierten für das Jahr 2020 bekannt. Es sind acht Fitnesscenter, davon vier aus der Deutschschweiz und je zwei aus der Westschweiz und dem Tessin.

Deutschschweiz

- SPORT ROCK, 6130 Willisau
- FITNEXX, 4702 Oensingen
- BODYFIT, 8317 Tagelswangen
- MEDITOPCENTER, 5707 Seengen

Westschweiz

- HARMONY FITNESS & SPA 4*, 1255 Veyrier
- BLUE FIT CLUB, 1442 Montagny-près-Yverdon

Tessin

- PLANET WELLNESS VILLAGE, 6912 Pazzallo
- WELLNESS CLUB SASSA, 6900 Lugano

Die Jury — vertreten aus zwei Vorstandsmitgliedern des SFGV, Alain Amherd (Verantwortlicher Westschweiz, Leiter üK Romandie) und Thomas Tholey (Verbindung Fitness/Physiotherapie), Roger Gestach als Herausgeber der FITNESS TRIBUNE sowie Mäge Frei (ehemaliger Leiter der Berufsprüfungen und Fitnessexperte) als externer Branchenkenner — selektierten die eingegangen Bewerbungen.

Sie als Leser der FITNESS TRIBUNE haben nun die Möglichkeit abzustimmen, welches Center Sie als Award-Sieger möchten. Abgestimmt werden kann bis drei Wochen vor dem BranchenTag.

Das Siegercenter wird wie folgt erkoren: 50 Prozent Stimmenanteil hat die Jury und 50 Prozent Stimmenanteil hat die Leserabstimmung.

Das Siegercenter wird am BranchenTag der Bewegungs-, Fitness- und Gesundheitsbranche am Freitag, 17. April 2020 im Kursaal Bern geehrt.

Stimmen Sie jetzt ab auf: www.sfgv.ch/vote

Leggete l'articolo in italiano sulla votazione del Centro fitness e di salute dell'anno 2020 scansionando il codice QR.

Lisez cet article en français concernant l'élection du meilleur centre de santé et de fitness de l'année 2020 au moyen du code QR suivant.

WERDE JETZT TRAINER!

Fitness Trainer
mit star Fachausweis (23 Tage)

ERFÜLLT QUALITOP OK-STATUS

Trainer/in
Bewegungs- und Gesundheitsförderung
„anerkanntes Branchenzertifikat“ (34 Tage)

Spezialist/in
Bewegungs- und Gesundheitsförderung
eidg. FA (45 Tage)

Gründe für eine Ausbildung bei der star:

> eduQua zertifiziert
> akkreditiert für die eidg. Modulprüfungen
> direkte Subventionen vom Bund, bis 50 % der Kurskosten
> persönliche und individuelle Beratung
> über 20 Jahre Erfahrung
> flexible und individuelle Zahlungsmodalitäten
> zeitgemäss lernen mit Präsenzunterricht, Video- und E-Plattform
> eigene anerkannte Fachbücher
> M.A.X. und Antara - 2 internationale Bewegungskonzepte
> attraktive und zentrale Standorte in Zürich
> Dozenten mit hoher Fachkompetenz, modernem Wissen und langjähriger Erfahrung in der Erwachsenenbildung
> professionelle Unterrichtsstrukturen, persönliche Atmosphäre, individuelle Unterstützung und Förderung der Persönlichkeit
> berufsbegleitend – studiumbegleitend – flexibel – modular
> grossartiges Preis-/Leistungsverhältnis

Subventionen vom Bund!
Bis zu 50 % Ausbildungskosten sparen beim Spezialist für Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Fachausweis!

Kontakt:
info@star-education.ch
www.star-education.ch

EDUQUA

star
school for training and recreation

Planet Wellness Village: Das Fitness-Einkaufscenter im Tessin!

Im November 2017 wurde das «Planet Wellness Village» nach nur sechseinhalb monatiger Bauzeit eröffnet. Die Idee von Matteo Donataccio dahinter ist, dass dies eine Art «Fitness-Einkaufscenter» wird, wo jeder Bereich in ein Profitcenter gegliedert ist und sich die Mitglieder genau das holen können, was sie wollen. Auf drei Stockwerken befinden sich darin unter anderem vier Fitnesscenter, ein Schwimmbad mit einem 25-Meter-Becken, eine grosse Physiopraxis, sechs Kursräume, ein grosszügiger Wellnessbereich, Coiffeur- und Kosmetiksalon und eine grosse Bar mit Getränken und frisch zubereiteten Snacks.
Im Oktober 2020 wird das Angebot um ein Hammam erweitert und als weiteres Highlight ist für das Jahr 2022 eine Dachterrasse mit 1'000 Quadratmetern geplant, die mit einem Rooftop-Aussenpool und einer 200 Meter langen Aussenjogginganlage aufwarten kann.
Die Fitnesscenter wurden ausschliesslich mit Geräten von Technogym ausgestattet und der SkillAthletic-Bereich ist der grösste dieser Art weltweit. Schon bald wird ein Kursraum an zwei Abenden pro Woche in eine Disco umfunktioniert, wo dann Latin und karibische Musik die tanzbegeisternden Tessiner beschallen wird.
In naher Zukunft soll in die Anlage noch ein Ärztezentrum integriert werden und eventuell wird das grosszügige Platzangebot im Erdgeschoss bald um ein externes Restaurant ergänzt. Ein einzigartiges Konzept, welches seinesgleichen sucht!

PLANET WELLNESS VILLAGE
Via Senago 17A | 6912 Pazzallo
Tel. 091 994 74 84
info@wellnessvillage.ch
www.wellnessvillage.ch

Wellness-Club Sassa – alles in einer Umgebung zusammengeführt

Was diesen Club seit Jahren einzigartig macht, ist ein klares Ziel: Die Mitglieder sollen ihre Einzigartigkeit spüren, durch exklusive Privilegien und eine einzigartige, persönliche und einladende Umgebung.
Sich in aller Ruhe dem eigenen Wohlbefinden widmen zu können und die Batterien wieder aufzuladen, das eigene Gleichgewicht wiederzufinden, ist von grundlegender Bedeutung. Zeit wird immer mehr zu einem kostbaren Luxus.
Wellness, Fitness und mehr: Ein Park mit atemberaubender Aussicht, das Spa mit einem Team von Profis und einer Reihe von hochpersonalisierten Behandlungen, ein Gourmet-Restaurant und ein Bistrot & Bar für jeden Geschmack. Ein Universum von Dienstleistungen, die es Ihnen ermöglichen ein maximales Wohlbefinden zu erreichen, mit den Privilegien eines Clubs.

- Das Fitnesscenter ist 365 Tage im Jahr geöffnet
- Die Kurse sind immer verfügbar (auch zu Weihnachten und an Feiertagen)
- Mehr als 30 Kurse pro Woche erwarten Sie, mit einem dynamischen und immer aktuellen Programm
- Die Kurse werden immer durchgeführt, auch für eine Person (ohne Aufpreis!)
- Handtücher: Unbegrenztes Set immer verfügbar
- Kostenlose Parkplätze
- Functionalbereich von über 100 m²
- SPA-Bereich mit Sauna, Dampfbad und Ruheraum mit Kräutertee und Obst
- Innen- und Aussen-Panorama-Infinity-Pools
- Liegewiese im Freien mit Liegestühlen und atemberaubender Aussicht
- Über 2200 m² für Wellness und Entspannung

VILLA SASSA | Via Tesserete 10 | 6900 Lugano
Tel. 091 911 41 11 | info@villasassa.ch | www.villasassa.ch

HWS
Huber Widemann Schule
Qualifizieren Sie sich in Ihrem Berufsfeld
› Experte/Expertin Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. Diplom
› Spezialist/-in Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit eidg. FA
› Trainer/-in Bewegungs- und Gesundheitsförderung mit Branchenzertifikat
› Fitness- und Bewegungstrainer/-in
Jetzt in Basel und Zürich!
Mehr Infos auf hws.ch
ipso!BILDUNG

Willkommen in der Harmony Familie!

Was Harmony heute erfolgreich macht, ist das Zusammentreffen von Menschen, die sich für ihren Beruf begeistern und ihr Wissen gerne mit den Kunden teilen und so Freude, Gesundheit und Wohlbefinden bringen.
Als Familienunternehmen, welches am 1. Januar sein 20-jähriges Bestehen feiert, stellt Harmony den Menschen und das Wohlbefinden in den Mittelpunkt all seiner Anliegen. Gemeinsam mit unseren Kunden ermitteln wir ihre Bedürfnisse und unterstützen sie bei der Erreichung ihrer Ziele: «Jeder Besuch bei Harmony ist wie ein Mini-Urlaub, ein ressourcenschonendes, anregendes und entspannendes Erlebnis.»
Die Werte von Harmony wie Respekt, Ehrlichkeit und Aufrichtigkeit haben ein Team von Fachleuten zusammengebracht, die ihre Kunden jeden Tag in ihren sauberen und gepflegten Räumlichkeiten mit einem Lächeln und Grosszügigkeit empfangen. Unsere Mitarbeiter sind qualifizierte, kompetente und vertrauenswürdige Menschen.
Harmony nutzt sein Wissen und seine Fähigkeiten auch, um Lehrlinge auszubilden oder durch die Einstellung und Ausbildung von Praktikanten. Der Teamgeist und das Know-how von Harmony werden durch interne Workshops sowohl für die Kundenbegrüssung und den Verkauf von Dienstleistungen als auch für die Betreuung von Kunden im Krafttraining und Personal Training entwickelt.

HARMONY FITNESS & SPA 4*
Avenue du Grand-Salève 4 | 1255 Veyrier
Tel. 022 752 54 54 | veyrier@harmony.ch | www.harmony.ch

BLUE FIT CLUB

Das Center in Yverdon ist 1'850 Quadratmeter gross, in einem Gewerbegebiet auf zwei Etagen. Es hat drei grosse Gruppenräume (u. a. Les Mills Kurse, Spinning), darunter einen mit einem riesigen Bildschirm, um die Les Mills Kurse den ganzen Tag zu übertragen. Es bietet ausserdem einen persönlichen Coaching-Service, Ernährungsberatung und eine grosse Auswahl an Abonnements, die das Recht auf eine Gesundheitsuntersuchung durch einen Instruktor in einem für diesen Zweck reservierten Raum und ein personalisiertes Programm bei Ankunft des Kunden geben. Am Eingang mit einem grossen Empfang, kann man mittags und abends ausgewogene Gerichte wie hausgemachte Salate oder Birchermüesli sowie Protein-Snacks konsumieren.

Die Einrichtungen des Clubs:

- Grosser Ausdauerbereich
- Grosser Kraftraum (mit geführten Maschinen und freien Gewichten)
- Zirkeltraining
- Wellnessbereich mit Sauna und Hammam
- Kindertagesstätte unter der Leitung einer professionellen Krankenschwester
- Physiotherapie
- Ernährungsraum und Raum für Gesundheitschecks
- Grosser kostenloser Parkplatz

BLUE FIT CLUB | En Chamard | 1442 Montagny-près-Yverdon
Tel. 024 445 27 57 | info@bluefitclub.ch | www.bluefitclub.ch

NEUE Homepage online!

JETZT IMMER UP TO DATE

www.all-stars-products.ch

Besuche uns auf www.all-stars-products.ch und spare im Dezember 20%

ALL STARS Fitness Products GmbH | 8036 Zürich/Schweiz
Bestell-Hotline 0848 484 020 | Fax 0848 484 021

www.all-stars-products.ch

Das BODYFIT in Tagelswangen – Workout und Wellness mit Wohlfühlcharakter

Im Premium-Studio BODYFIT trifft Kompetenz und Erfahrung auf ein stilvolles Fitness- und Wellnessambiente. Seit mehr als 20 Jahren ist Inhaber Paolo Amato dem Studio und seinen Mitgliedern eng verbunden. Vor allem auch dadurch, da er selbst als 15-jähriger in «seinem» Studio mit dem Training begonnen hat.
«Hier trainiert bereits die zweite Generation», berichtet er stolz. Und das, obwohl das jetzige Studio gerade einmal zwei Jahre auf dem Buckel hat. Erst Ende 2017 zog man aus einem in die Jahre gekommenen Anwesen in neue und moderne Räumlichkeiten. Ein mutiger Schritt, der mit Kundentreue belohnt wird.
Auf einer Gesamtfläche von 1800 m² ist es gelungen, die reine Trainingsfläche auf nahezu 900 m² gegenüber dem ehemaligen Studio zu vergrössern und somit mehr als zu verdoppeln. Gleichzeitig wurde das Angebot um modernstes Equipment ergänzt, welches im Kraft-, Cardio-, Group Fitness- und Athletiktraining keine Wünsche offen lässt. Eine Sauna mit Ruhebereich, eine Lounge inklusive Terrasse sowie die Kinderbetreuung runden das Konzept ab. Ein preisgekröntes Rückentraining hat hier ebenfalls erfolgreich Einzug gehalten.
Als Gast spürt man, dass im BODYFIT vom langjährigen Trainer bis hin zum Bistro- und Backoffice-Personal von Anbeginn alle an einem Strang ziehen, wie bei einer grossen Familie. Dies bestätigt sich auch Online in den sozialen Medien. Das Studio gilt für Viele als zweites Zuhause — und das Ganze nicht erst seit gestern, sondern tatsächlich generationsübergreifend.

BODYFIT | Lindauerstrasse 158317 Tagelswangen
Tel. 052 343 66 77 | info@body-fit.ch | www.body-fit.ch

SPORT ROCK Willisau – Fitnesscenter mit einmaligem Ambiente

Wer einmal im SPORT ROCK Fitness trainiert hat, lässt die Motivation nicht mehr los. Das moderne Fitnesscenter in Willisau ist mit viel Liebe zum Detail gestaltet und auf 1600 m² mit den Geräten von Life Fitness und Hammer Strength hervorragend ausgestattet. Die einzigartige Atmosphäre lädt zum Trainieren und entspannen ein: Während der Trainingsbereich im Rock-Vintage-Look eingerichtet ist, kann sich die Seele im angenehmen mediterranen Wellnessbereich gut baumeln lassen.

Rock yourself, so lautet das Motto des Erlebnisparks:
Für alle die sich lieber zusammen als alleine auspowern, stehen wöchentlich über 20 Gruppenkurse zur Auswahl. Das Hochintensitätstraining Bodycross wird in der extra dafür eingerichteten Garage auf 350m2 durchgeführt.

Zudem profitieren alle SPORT ROCK Mitglieder vom Gymhopper-Angebot, welches berechtigt jederzeit in über 250 Center schweizweit gratis zu trainieren. Das Fitnesscenter ist 365 Tage betreut und ob Leistungssportler wie Schwinger Joel Wicki oder Fitnessanfänger, für alle wird gesorgt um das Beste für Ihren Körper zu erreichen.
Neben dem Fitnesscenter umfasst das Angebot vom SPORT ROCK ein Cafe/Barbetrieb mit Bowling, eine Physiotherapie, Kosmetik- und Massage, ein Kinderhort und vieles mehr. Die Inhaber vom SPORT ROCK Willisau sind bestrebt, das eigene Unternehmen stets zu optimieren. Alle Gäste profitieren so vom Höchstmass an Qualität, Dienstleistungsangebot und Erlebnis.

SPORT ROCK | Wydematt 8 | 6130 Willisau
Tel. 041 970 08 65 | fitness@sportrock.ch | www.sportrock.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

MEDITOPCENTER: Freude an Gesundheit und Bewegung

Im Meditop legen wir Wert auf ein motivierendes Ambiente, fundierte Beratung und wirkungsvolle Betreuung. Wir setzen uns dafür ein, dass unsere Mitglieder gerne bei uns sind, sich wohl fühlen und spürbare Fortschritte machen. So trainieren sie regelmässig und erreichen ihre Ziele.
Was uns besonders auszeichnet, ist die bewährte Zusammenarbeit unserer Physiotherapeuten und Fitness-Instruktoren. Wir begleiten die Patienten aus der Physiotherapie über die medizinische Trainingstherapie (MTT) bis zum selbstverantwortlichen Training. Die Mitglieder im Meditop erleben, wie ein aktiver Lebensstil zur Lebensqualität beiträgt.
Das Meditop Angebot beinhaltet Physiotherapie, MTT, Geräte- und funktionelles Training, Gruppenkurse und spezielle Konzepte. Hierzu gehören z. B. das RückenTherapieCenter nach Dr. Wolff oder das five Muskellängentraining.
Dank der mitreissenden Dynamik wird unser Group-Fitness Angebot hervorragend besucht. Ob zum Entspannen und Tanzen (auch für Kinder) oder für Kraft, Koordination und Kondition — bei über 40 Lektionen die Woche lässt sich immer ein passender Kurs finden. Ein liebevoll betreuter Kinderhort rundet unser Angebot ab.
Mit unserem 40-köpfigen Team haben wir auf rund 2'000 m2 viel zu bieten. Daher bilden wir Lernende der Berufslehre Fachleute Bewegung und Gesundheit sowie Studierende der THIM van der Laan Physiotherapieschule bei uns aus.

MEDITOPCENTER | Schulstrasse 9 | 5707 Seengen
Tel. 062 777 07 57 | info@meditop.ch | www.meditop.ch

fitneXX Oensingen: Eine Oase für Fitness, Gesundheit und Geselligkeit

Seit 1989 setzt das fitneXX Oensingen Massstäbe in gesundheitsorientiertem Fitnesstraining durch fachliche Kompetenz, persönliche Clubatmosphäre sowie professionelle Betreuung und offeriert der Kundschaft das, was sie sucht: Eine Oase, wo Fitness, Gesundheit und Geselligkeit gepflegt werden können.
Wenn es einer Firma in der Fitnessbranche gelingt, seine Trainingsfläche in 30 Jahren derart zu vergrössern und die Mitgliederzahl um das Siebenfache zu steigern, muss sie nebst Risikobereitschaft und Unternehmergeist eine Fähigkeit vorweisen, die anderen Unternehmen in diesem hart umkämpften Business vielerorts fehlt: Der Sinn für das Machbare und eine gewisse Bodenhaftung. Schon beim Betreten der Lokalitäten und Sportarenen des fitneXX wird man freundlich begrüsst. Gerne tauscht man sich nach absolviertem Fitnessprogramm an der hauseigenen fitneXX-Bar während eines Schwatzes aus. So wähnt man sich tendenziell mehr einem Verein zugehörig als einer Kraftschmiede.

Das Hauptbusiness des fitneXX ist nach wie vor das Fitnesscenter in Oensingen, welches über Sauna, Massage, Physiotherapie und ein Kinderparadies verfügt. Die fitneXX-Unternehmensgruppe bietet darüber hinaus folgendes an: Tennis, Badminton, Bowling, Unihockey, Squash, Minigolf mit angegliedertem Restaurant, eine Eventhalle, mehrere Solariumstudios und ein Sportgeschäft.

fitneXX | Gummertliweg 4 | 4702 Oensingen
Tel. 062 388 46 46 | info@fitnexx.ch | www.fitnexx.ch

FRESHCOMPANY
GMBH

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 m^2. Das spart Zeit, Material und Kosten.

GET FRESH.

www.freshcompany.ch

+41 41 756 00 10 | Ruessenstrasse 4, CH-6340 Baar

Lieferung:

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

Acquisto del FITNESS TRIBUNE 1.9.2017

info@fitnesstribune.com

Occorre lavorare all'azienda, e non in azienda.

Secondo una perla di saggezza manageriale, un imprenditore non deve lavorare in azienda, bensìall'azienda. A mio parere, lo sloganvaleper analogia anche per l'industria del fitness. Naturalmente, i compiti che il capo è tenuto a svolgere da solo sono legati alle dimensioni dell'azienda. Ma una cosa è certa: chi si impegna solo nelle mansioni quotidiane, potrebbe mancare il momento giusto per imprimere la rotta che l'azienda dovrà seguire in futuro.

Di numero in numero la squadra della FITNESS TRIBUNE è altamente motivataa pubblicare articoli specialistici appassionanti, che inducano il lettore a uscire dai soliti schemi di pensiero e che conferiscano quindinuovi impulsi. Trovate in questo numero, per esempio, un articolo molto interessante di Andreas Bredenkamp sulle strategie offensive dirette al mercato in crescita, consigli per i datori di lavoro su come interagire con la Generazione Y, la spiegazione delle strategie incentrate sulle "strozzature", il marketing per gli anziani e due articoli sul pricing.

Un'altra buona occasione per lavorare all'azienda, e non in azienda, è la partecipazione a eventi entusiasmanti. A metà novembre, per la prima volta dalla fusione di Inline e Greinwalder, si è svolto a Kassel il Congresso ACISO. L'Aufstiegskongress di Mannheim è statopure un'ottima occasione per acquisire nuove conoscenze. Siamo lieti di condividere le informazioni con chi non avesse potuto partecipare a tali eventi.

Trovate inoltre più interviste di quante non ne abbiate lette da tempo. A Lara Gut-Behrami, che abbiamo incontrato personalmente nella sua palestra, René Kalt, il brillante manager di Migros e Jochen Müller con il suo nuovo concetto di hotel. Poi le novità – con Udo Münster da milon si conclude un'era mentre Christin Görlach di eGym emigra in Australia. Non mancate di leggere le conversazioni.

Sono molto lieto di presentarvi in questo numero i Centri fitness e di salute dell'anno 2020 nominati per l'attribuzione del rispettivo riconoscimento. Per la prima volta potete votare il vostro Centro preferito e sostenerlo affinché possa vincere il premio che la FITNESS TRIBUNE assegna congiuntamente allaFSCFS.

Mi auguro cheleggerete queste pagine ricche di informazioni fuori dai locali dell'azienda.

Cordialmente,

Roger Gestach

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

Acquisto del FITNESS TRIBUNE 1.9.2017

info@fitnesstribune.com

Il ne faut pas travailler dans, mais sur l'entreprise même!

Il existe un proverbe de management selon lequel un entrepreneur ne doit pas travailler dans, mais sur son entreprise même. A mon avis, cela s'applique également à la branche de fitness. Evidemment, cela dépend aussi de la taille de cette entreprise, de ce que le chef doit faire lui-même. Cependant, une chose est claire: si on ne s'occupe que du travail quotidien, il peut arriver que l'on laisse passer le moment propice pour faire prendre à son entreprise la bonne direction en vue de l'avenir.

A chaque parution, l'équipe de la FITNESS TRIBUNE est de plus en plus motivée pour vous présenter des articles intéressants qui vous ouvrent l'horizon et vous donnent de nouvelles idées. Dans ce numéro, nous avons par exemple un article des plus intéressants d'Andreas Bredenkamp sur le thème des stratégies de la croissance du marché offensives, des conseils pour les employeurs en relation avec la génération Y, les avantages d'une stratégie qui se concentre sur les passages critiques, le marketing pour les séniors et deux articles intéressants sur le thème du Pricing.

Participer à des événemens intéressants est aussi une autre possibilité de travailler non pas dans, mais sur l'entreprise même. Mi-novembre, le congrès ACISO a eu lieu à Cassel pour la première fois depuis la fusion entre Inline et Greinwalder. Le congrès préliminaire de Mannheim était également une occasion de premier ordre pour acquérir de nouvelles connaissances. Si vous n'avez pas pu participer à ces événements, nous vous en parlons volontiers.

En plus de tout cela, nous vous proposons plus d'interview que nous ne l'avons fait depuis longtemps. Lara Gut-Behrami, à qui nous avons pu rendre visite personnellement dans sa salle de musculation, René Kalt, qui travaille pour la Migros et Jochen Müller avec son nouveau concept pour l'hotellerie. Puis, avec Udo Münster, c'est la fin d'une ère chez milon, et Christin Görlach de chez eGym émigre en Australie. Ne manquez en aucun cas les histoires intéressantes de notre partenaire d'interview.

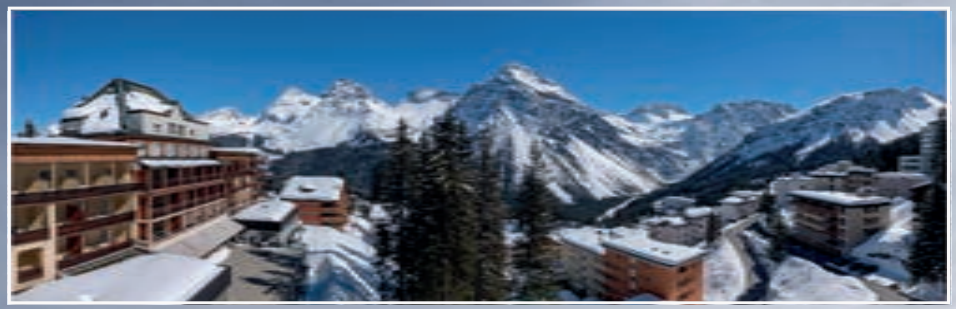
Je me réjouis de tout coeur de vous présenter dans ce numéro les «centres de Fitness et de santé de l'année 2020». Pour la première fois, vous pouvez voter pour que votre centre préféré puisse gagner l'Award attribué par la FITNESS TRIBUNE en collaboration avec le SFGV.

Je vous souhaite de découvrir beaucoup de choses dans ce magazine et que vous puissiez le lire à l'extérieur de votre entreprise.

Bien cordialement vôtre,

Roger Gestach

Annonce



PORSCHE

Porsche Zentrum Zürich

präsentiert:

FITNESS SKI FUN
MOUNTAIN MOVE
Welcome
PLAUSCHWOCHE

Viertes Fitnesscenter Netzwerktreffen

Mi 18. - Fr 20.03.2020 in Arosa

Netzwerktreffen mit Fachvorträgen für Fitnesscenterinhaber und deren Kader

Die Mountain Move 2020 wird präsentiert von:

ACISO Fitness & Health Consulting

FITNESS TRIBUNE

five

milon

Besuche uns online: www.mountain-move.ch

Hereinspaziert!

Viertes Fitnesscenter Netzwerktreffen der Schweiz auf 1800 Metern über Meer im Waldhotel Arosa.

Bereits zum 16. Mal trifft sich die Fitnessbranche - Fitnessbesitzer, Instruktoren, Fitnessreferenten & Fitness-Experten - bei der ultimativen Fitness-, Ski- und Fun-Woche in den Schweizer Bergen zum Netzwerken und Erfahrungsaustausch.

Vom 15.-20.03.2020 freuen wir uns zum 6. Mal im Waldhotel Arosa, Nr. 1 Eventhotel im Bünderland, Gast zu sein.

Wir bieten im Rahmen der Mountain Move vom 18.-20.03.2020 ein 3-tägiges Netzwerktreffen mit Fachvorträgen für Fitnessinhaber und deren Kader an.

	3Tage / 2Nächte
Spezialpreis für Fitnesscenterinhaber	CHF 198.-
Spezialpreis für Begleitpersonen	CHF 380.-
Verlängerungsnacht pro Person	CHF 190.-

Inklusivleistungen:
Waldhotel Halbpension, Superiorzimmer, Netzwerktreffen und Fachvorträge, Porsche Cigar-Night, Skiplauschrennen, Group Fitness, Fondueplausch, Party-Night

BUCHUNG: WWW.MOUNTAIN-MOVE.CH

Design & Fotos: Eveline Salzmann Fotografie

NETZWERKEN SKI & FUN ALL IN ONE

MITTWOCH, 18.03.20

15.30	Begrüssung & Welcome-Drink Netzwerktreffen
16.10	Vorstellungsrunde Sponsoren
17.20	**Vortrag 1:** Roger Gestach - Fitness 2025!
18.10	**Vortrag 2:** Bruno Kernen - Wie ich es aus einem Tief wieder an die Spitze schaffe
19.30	Abendessen
21.30	Porsche Cigar-Night im Kursaal

Donnerstag, 19.03.20

ab 07.30	Diverse Fitness Lektionen
09.20	**Vortrag 3:** Henrik Gockel - Der Fitnessmarkt im Spannungsfeld zwischen Discounter und Premium, was können Betreiber tun?
10.20	**Vortrag 4:** Ariane Egli - Marketing vs. Werbung!
12.00	Porsche Skiplauschrennen - Treffpunkt 11.30 Tschuggenhütte
ab 12.30	Liegestühle @Tschuggenhütte sind reserviert
13.30	Netzwerktreffen @Tschuggenhütte
16.30	**Vortrag 5:** Ron Jansen - 360° PAINanalyzes - Skalierbare Schmerztherapie in der Fitnessbranche
17.20	**Vortrag 6:** Beat Friedli - Wie wichtig sind starke Partner für den Erfolg im Gesundheitsmarkt?
18.40	Mountain Move Fandueplausch
ab 22.30	Mountain Move Party-Night - Siegerehrung Porsche Skirennen

Freitag, 20.03.20

ab 07.30	Diverse Fitness Lektionen
09.30	**Vortrag 7:** Felix Zimmermann - Was Mitglieder wirklich wollen - Ergebnisse aus Kundenbefragungen
11.00	Skiunterricht mit Bruno Kernen - richtig Carven limitierte Teilnehmerzahl, pro Person 70.00
ab 12.30	Liegestühle @Tschuggenhütte sind reserviert
13.00	Netzwerktreffen @Tschuggenhütte
16.00	Goodbye Netzwerktreffen 2020

Detailliertes Programm:
www.mountain-move.ch

Henrik Gockel
Prime Time

Bruno Kernen
Ex Abfahrtsskiweltmeister

Felix Zimmermann
Star Performance

Roger Gestach
Fitness Tribune

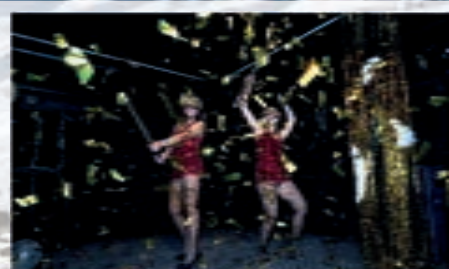
Beat Friedli
Milon Alpine AG

Ariane Egli
ACISO

Ronald Jansen
360 FKC

Mit freundlicher Unterstützung von:

star performance CONSULTING
ratio
Fitagon
MATRIX
PRECOR
SONNEN PROJEKT
SportsSpeakers.ch by Susanne Alt
STOLUTIONS
BODYMAGIC KEEP IT SIMPLE & SHORT
SAFS
RKS GmbH
Evelyne Salzmann FOTOGRAFIE
eGYM
SensoPro
best4health



TECHNOGYM

Beruf und Leidenschaft werden Eins.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir eine/n ambitionierte/n

junge/n Fitness Trainer/in

Deine Kernaufgaben enthalten allgemeine Kundenschulungen nach Gerätelieferungen, sowie regelmässige Schulungen von Gruppen in unserem Showroom in Lyss.

Du bringst mit:
Eine Ausbildung als Fitness Trainer, sehr gute Kompetenzen im Trainingsbereich und vertiefte Kenntnisse von digitalen Sporttechnologien
Bereitschaft zur Reisetätigkeit in der ganzen Deutschschweiz (Fahrausweis Kat.B).
Du hast ein gepflegtes und sympathisches Auftreten, überzeugende Ausdrucksfähigkeit und Freude im Umgang mit unseren Kunden
Deine Muttersprache ist Deutsch (Französisch oder Italienisch von Vorteil)
Bevorzugter Wohnort in der Region BE/AG/SO

Wir wenden uns an eine selbständige, flexible, zuverlässige und kontaktfreudige Persönlichkeit

Unsere Leistungen:
Es erwartet Dich eine spannende und eigenverantwortliche Tätigkeit in einem innovativen, marktführenden Unternehmen, Gestaltungsspielraum mit hoher Selbständigkeit und eine flache Hierarchie in kollegialem Umfeld

Packe Deine neue Chance und bewirb Dich noch heute. Gerne erwarten wir Deine vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive Foto vorzugsweise per email. Bei Fragen stehen wir Dir gerne zur Verfügung. Wir freuen uns auf Dich.

FIMEX distribution ag

Fimex Distribution AG, z.H. Frau Beatrice Weibel
Werkstrasse 36, 3250 Lyss 032 387 05 01
bweibel@fimex.ch, www.technogym.com

Inserentenverzeichnis **FT Nr. 183**

ACISO	55
ALL STARS	117
Andreas Bredenkamp Seminare	66
basefit.ch	123, 127
best4health	49
BodyStretcher	43
Core Health & Fitness	21
Deutsche Sportakademie	93
DHfPG	83
Domitner	14, 15
Dr. Wolff	14, 15
easySolution	27
eGym	7, 66
FIBO	77
Fimex Distribution AG	87, 106, 108, 132
Fitagon	5
fit interiors	87
Fit3	2, 107
fitness.com	92
fitnessplus	99
five	63
fle-xx	66
FRESHCOMPANY	121
Gantner	105
Himtec	43
HWS Huber Widemann Schule	115
I Love Fitness	2
InBody	49
INKO	119
Indoor Cycling Group	23
Inotec	18
Johnson Health Tech (Schweiz) GmbH	1, 10, 11
Let's Go Fitness	129
Life Fitness	23
Matrix	1, 10, 11
milon	131
Morgenroth Spezialbeläge	128
Mountain Move	124, 125
Neogate	105
Octane Fitness	39
OLICROM Sporttechnology	38
ONE Training Center	104
Outrace	108
Porsche Zentrum Zürich	8, 9
proxomed	38, 39
QualiCert	71
ratio	21
reACT	2, 107
SAFS	16, 17, 83
Schwinn	21
SensoPro	31
Slim Belly	55
Soledor	119
STAGES	19
star education	113
STOFFWECHSELKURschweiz	65
Technogym	132
the fitness company Handels GesmbH	132
THE HEXAGON	18
TRX	5
TUM Sports	18, 19
Wet Wipes	121
WIPES	106

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

Messe & Event-Termine:

Deutschland:

9. bis 10. Oktober 2020
Aufstiegskongress, Mannheim

7. bis 8. November 2020
ACISO Congress, Kassel

16. bis 19. November 2020
MEDICA, Düsseldorf

Österreich:

siehe: www.fitness.at

Schweiz:

18. bis 20. März 2020
Mountain Move Netzwerk, Arosa

17. April 2020
BranchenTag, Bern

29. August 2020
SAFS Convention, Zürich

Internationale Messen:

2. bis 5. April 2020
FIBO, Köln

28. bis 31. Mai 2020
RIMINIWELLNESS, Rimini

Internationale Kongresse:

1. April 2020
EHFA Kongress, Köln

19. bis 22. Oktober 2020
IHRSA Kongress, Berlin

Anzeige

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

HWS Huber Widemann Schule
Eulerstrasse 55
4051 Basel
Tel. 061/202 11 11

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

LET'S GO FITNESS

Bist Du bereit für eine neue Herausforderung? Wir, Let's Go Fitness sind der führende Fitnessanbieter der Westschweiz und auf Expansionskurs in der Deutschschweiz.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir in der ganzen Deutschschweiz per sofort oder nach Vereinbarungen Fitnesstrainer/innen und Praktikant/innen. Bist Du fit dafür? Dann Let's Go, make happy members!

Kontaktieren Sie uns schnell!

opportunity@letsgo-fit.ch

www.matrixfitness.ch

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

© 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.

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.

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

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

Redaktionsschlussdaten 2020

Ausgabe:	Einsendeschluss für Redaktion:	für Anzeigen:	Erscheinungsdatum:
Nr. 184, März/April 2020	16.12.2019	13.01.2020	1. Woche Februar 2020
Nr. 185, Mai/Juni 2020	17.02.2020	09.03.2020	4. Woche März 2020
Nr. 186, Juli/August 2020	27.04.2020	11.05.2020	1. Woche Juni 2020
Nr. 187, September/Oktober 2020	29.06.2020	13.07.2020	1. Woche August 2020
Nr. 188, November/Dezember 2020	24.08.2020	14.09.2020	1. Woche Oktober 2020
Nr. 189, Januar/Februar 2021	26.10.2020	09.11.2020	1. Woche Dezember 2020

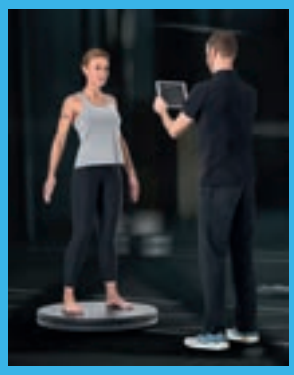
Anzeige

Die Revolution im Fitnessmarkt:
Fotorealistische 3D-Visualisierung und Tracking der Körpertransformation in einem Tool.

Bodygee macht den Trainingserfolg der Kunden sichtbar, messbar und damit erlebbar: Ihre Kunden verfügen über ein einzigartiges fotorealistisches 3D-Ich und die präzise Analyse von Form, Umfang, Haltung und Körperzusammensetzung.

BODYGEE

BODYGEE Boxx: Scan-Kabinenlösung für hoch frequentierte Fitnessstudios



BODYGEE Orbiter: Scan-Lösung mit Drehteller für Fitnessstudios mit persönlicher Betreuung

Coach App für den Trainer und Client App für Ihre Kunden

SWISS MADE TECHNOLOGY

SALES@BODYGEE.COM • BODYGEE.COM

HARDWARE | SOFTWARE | SERVICES | CONCEPTS

milon

MILON BOOST

UNSERE LÖSUNGEN
FÜR IHREN BEDARF

DIE MAXIMALE
FREIHEIT
ENTDECKEN!

Q free

Vereinbaren
Sie Ihren
persönlichen
Beratungstermin
unter

+41 (0) 79 173 10 24
suisse@milon.com

CONNECTED TRAINING SYSTEM CTS

five SENSOPRO cardioscan InBody MATRIX POLAR ERGO-FIT®

Physiosys SOLUTION softplus SophisWare e SOLUTION echino MAGICLINE u.v.m.

PERFORMANCE RUNNING

SKILLRUN™

SKILLRUN™ übertrifft selbst die abenteuerlichsten Erwartungen an ein Laufband. Erhöhen Sie sowohl Ihre Kraft, als auch Ihre Koordination, Beschleunigung und Ausdauer dank der MULTIDRIVE TECHNOLOGY™ und werden Sie unschlagbar. Mehr entdecken: **technogym.com/skillrun**

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