FACHMAGAZIN FÜR FITNESS, WELLNESS & GESUNDHEIT IM DEUTSCHSPRACHIGEN EUROPA

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

FITNESS TRIBUNE

Nr. 185 | Mai / Juni 2020

FITNESS GUIDE – QUALITÄTSLABEL FÜR KMU

EXKLUSIVE FACHARTIKEL

fitnesstribune.com

Chiefs
NO ADDED SUGAR
20G PROTEIN
PALM OIL FREE
Chiefs
THE GOOD STUFF.
Mehr erfahren:
chiefslife.com

Kommt jetzt die Apokalypse?

Roger A. Gestach

Eigentlich halten Sie die FIBO-Spezialausgabe in Ihren Händen — eigentlich...
Noch im letzten Editorial schwärmten wir von den kommenden Event-Highlights in diesem Frühling: Das Mountain Move in Arosa, die FIBO mit dem grossen FIBO-Congress und der BranchenTag des SFGV und BGB.
Tja, aufgrund der aktuellen Situation wurden viele Veranstaltungen bereits abgesagt oder werden noch abgesagt werden. Es ist für uns alle eine schwierige Zeit, die drohende Rezession könnte kommen und auch die Fitnessbranche hart treffen.

Auch für ein Print-Magazin sind diese aktuellen Entwicklungen nicht einfach. Täglich, ja teilweise stündlich gibt es News, sodass bereits geschriebenes plötzlich schlagartig obsolet wird. Vom Zeitpunkt wo wir aufhören zu schreiben und dann in Druck gehen, vergehen knapp 10 Tage, bis Sie die FITNESS TRIBUNE in Ihrem Briefkasten haben. Bei den aktuellen Corona-Turbulenzen eine lange Zeit. Als ich dieses Editorial geschrieben habe, waren die Fitnesscenter in der Schweiz erst im Tessin geschlossen, in den anderen Kantonen wurde eine Zutrittsbeschränkung verfügt. Ich gehe leider davon aus, dass, wenn Sie diesen Text lesen, auch Ihr Fitnesscenter geschlossen ist.

Als unser Team den Artikel von Dr. Kai Pauling Mitte Februar erhalten hat, haben wir uns noch mit ein bisschen Kopfschütteln gewünscht, dass es nicht so extrem werden würde, wie er es im Artikel beschreibt. Mittlerweile sind wir zwar noch nicht soweit, aber die Szenarien könnten durchaus eintreffen.

Nichtsdestotrotz, das Leben geht weiter und die Welt dreht sich weiterhin. Sie finden im hinteren Teil dieser Ausgabe zahlreiche Advertorials der eigentlichen Aussteller der FIBO, da diese Sie ja trotzdem über ihre Neuigkeiten informieren wollen. Daher mein Appell an Sie liebe Leser, bitte nehmen Sie sich viel Zeit, die Advertorials und Inserate unserer Kunden zu studieren, Sie werden viele interessante Informationen erhalten.

Natürlich haben wir auch in dieser Ausgabe sehr spannende Fachartikel für Sie bereit, so zum Beispiel über Instagram-Marketing und über Kundenbindung oder ein exklusives Interview mit Tunç Karapalanci, der mit seiner Kette well come FIT in der Ostschweiz Gas gibt.

Hoffen wir, dass, wenn Sie in zwei Monaten die nächste FITNESS TRIBUNE in den Händen halten, der ganze Corona-Spuk vorbei ist.
Bleiben Sie gesund!

Herzlichst, Ihr

Roger Gestach

Anzeige

CYCLING EXPERIENCE

STAGES CYCLING

Voll auf Cycling fokussiert überzeugt unsere Qualität und Präzision die Leader:

David Gym Zürich, Hirslanden Lausanne, David Lloyd Genf

SoulCycle, ViginActive, Equinox, Lifetime, Fitness First

Offizieller Cycling Partner von Les Mills. Ausstatter diverser Top-Rad-Teams

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

AUFSTIEGSKONGRESS
FACHKONGRESS FÜR AKTIVE GESUNDHEITSGESTALTER
08.10. VORKONGRESS | 09. – 10.10.2020 | MANNHEIM

SAVE THE DATE

Motto 2020:

Time for Action

Perspektiven schaffen und sichern

aufstiegskongress.de | facebook.com/Aufstiegskongress

Veranstalter:
Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement University of Applied Sciences | BSA-Akademie Prävention, Fitness, Gesundheit School for Health Management | BSA-Zert Zertifizierungsstelle der BSA-Akademie

Anzeige

HIGHLIGHTS DIESER AUSGABE

TO-DO-LISTE FÜR UNTERNEHMEN 28

PROFESSIONELLE KUNDENBINDUNG 38

NEUROMARKETING 46

INSTAGRAM-MARKETING 56

GEMEINSAMKEITEN CORONA-VIRUS UND FITNESSTRAINING? 86

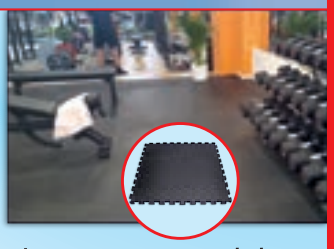
INTERVIEW TUNÇ KARAPALANCI 100

Anzeige

Kraftsportplatten
Universal-Puzzle

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

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



SPEZIAL-BELÄGE
morgenroth

Prospekte und Preise unter: www.sportbelag.eu
> 1. Puzzle schwarz

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

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

Anzeige

Fitagon
passion for movement

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
Kommentar	16
Advertorial SFGV	18
SAFS CONVENTION 2020	22
Urs Odermatt Kolumne	24
Event News	26 | 90
Fachartikel Umgang mit Krisen	28
Advertorial Technogym	32
Solarium News	34
Advertorial Porsche Zentrum Zürich	37
Fachartikel Kundenbindung	38
Austria & Education News	42
Fitness News	44 | 60
Fachartikel Neuromarketing	46
Andreas Bredenkamp Kolumne	50
Education News	52 | 74
Robert Looser Kolumne	54
Fachartikel Instagram-Marketing	56
SAFS News	62
Aufstiegskongress 2020	64
Reportage Progress Sursee	66
Fachartikel Führung & Talententwicklung	68
Pandemie Spezial	70
Priska Hasler Kolumne	72
Fachartikel Unternehmensnachfolge	76
Eric-Pi Zürcher Kolumne	78
RIMINIWELLNESS 2020	80
Peter Regli Kolumne	82
QualiCert News	86
Fachartikel Intensitätsorientiertes Krafttraining bei Frauen	92
Edy Paul Kolumne	94
Media News	96
Felix Zimmermann Kolumne	98
Interview Tunç Karapalanci	100
Ronald Jansen 360° PAINfree News	104
Swiss News	108 | 110 | 112
Advertorial ratio	114
Advertorial Technogym	115
Advertorial Matrix & InBody	116
Advertorial Concept-M & TUM-Sports	117
Advertorial Domitner	118
Advertorial ACISO	119
Advertorial gym80 Schweiz	120
Advertorial EGYM & BODYGEE	121
Advertorial Myzone & Soledor	122
Advertorial Stolutions & Fitagon	123
Svizzera italiana	124
Suisse romande	125
Inserentenverzeichnis	126
Termine und Adressen	128
Impressum	130

KING OF MACHINES.

OFFICIAL
gym80
Schweiz
TRAINING CENTER

KURZE LIEFERZEITEN

Wir entwickeln und produzieren Kraftgeräte mit unvergleichbarer Qualität und Haltbarkeit. Unser Headquarter samt Produktion befindet sich in Gelsenkirchen, dem Herzen des Ruhrpotts. Somit können wir deine individuellen Geräte innerhalb von 8 - 10 Wochen fertigen und ausliefern. Qualität „Made in Germany" zeichnet uns aus.

MADE IN GERMANY

www.gym80.ch info@gym80.ch

Pures Erfolgsgefühl.
Auch in der Freizeit.
Der neue Macan GTS.
Jetzt Probe fahren: Bei uns im Porsche Zentrum Zürich.
MORE OF
WHAT YOU
LOVE
PORSCHE GTS MODELS

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

five

Holz trifft auf Hightech.

Erleben Sie mit five eine neue Trainingsbewegung!

Die neuen Geräte von five machen das Training noch leichter – Beweglichkeitsübungen werden erklärt und Fortschritte dokumentiert und gespeichert.

Die Vorteile:

- Digitaler Trainingsplan
- Effektiveres Üben durch Trainingssteuerung
- Dokumentation der Trainingsfortschritte
- Entlastung des Trainers
- Anbindung milon CARE und milonizer

CTS

suisse@milon.com
Tel.: +41 (0) 41 780 39 00

Jetzt entdecken:

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

HARDWARE SOFTWARE SERVICES CONCEPTS

milon®

MILON Q

ZIELGERICHTETES TRAINING
MIT MOTIVATIONSFAKTOR

Vereinbaren
Sie Ihren persönlichen
Beratungstermin unter

+41 (0) 41 780 39 00
suisse@milon.com
---
www.milon.ch

50 JAHRE MILON
GEMEINSAM
ERFOLGREICH

INNOVATION AUS TRADITION

SAFS CONVENTION

29. AUGUST 2020 LAKE SIDE ZÜRICH

FUNCTIONAL FITNESS, YOGA, DANCE & LIFESTYLE

Dich erwartet ein einzigartiges Fitness-Programm aus den neuesten Functional Fitness, Yoga, Dance und Lifestyle Trends. Die besten internationalen Fitness-Presenter werden dich an diesem Tag herausfordern und begeistern.

LAKE SIDE BBQ & PARTY

Abgerundet wird das Event Highlight direkt am Zürichsee mit einem Lake Side Barbecue, Live DJ, Live Acts, Überraschungen und vielen Möglichkeiten für interesssante Gespräche und einen „Get together“ Austausch.

Egal ob du ein Fitness Profi bist oder Fitness erst für dich entdeckst – lasse dich von der ersten Minute an begeistern und sichere dir frühzeitig einen der begehrten Plätze.

WWW.SAFSCONVENTION.CH

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

PORSCHE
Porsche Zentrum Zürich

milon

SOLEDOR®

TECHNOGYM®

FITNESS TRIBUNE

DEIN TAG - DEINE PARTY

	LAKE SIDE SAAL	LAKE SIDE TERRASSE	RAUM FUEGO
08:00 - 09:00	08:00-08:45 EINSCHREIBUNG 08:45-09:00 BEGRÜSSUNG UND PRESENTERVORSTELLUNG		
09:00 - 10:00	**„ALL YOU NEED IS INSIDE“ YOGA** YOUNG HO KIM	**FUNTONE SENSIBILITY „THE BEST ANIMAL MOVES“** JÜRG NEUKOM, ROGER ZWINGLI	**„DARM MIKROBIOM“ - STEUERT UNSER BEFINDEN** ANDREAS SCHIBLI
10:15 - 11:15	**„DAN.S.A“ DANCE** ANASTASIA ALEXANDRIDI	**DEHNST DU NOCH ODER SPAGAST DU SCHON?** SONJA GYSEL	**DIE RICHTIGE ERNÄHRUNG VOR, WÄHREND UND NACH DEM TRAINING** THERES MOSIMANN
11:30 - 12:30	**FUNTONE „THE FUNCTIONAL BODY SOLUTION“** JANA SPRING	**„THERAPEUTICAL ALIGNMENT“** YOUNG HO KIM	**WIE VIEL LEISTUNG VERTRÄGT SCHÖNHEIT?** ROBERT WINZENRIED, MARKUS MEISTER
12:30 - 13:30	MITTAGSPAUSE		
13:30 - 14:30	**STEP ALEXANDRIDI** ANASTASIA ALEXANDRIDI	**PILATES INSPIRATIONS** LISA STEFANI, EVA GUT	**MACHEN SCHMERZEN SÜCHTIG ODER GLÜCKLICH?** ROBERT WINZENRIED, MARKUS MEISTER
14:45 - 15:45	**„INSIDE-FLOW YOGA“** YOUNG HO KIM, JANA SPRING	**„ROD“ ROLL OUT OF THE DAY** JÜRG NEUKOM, ROGER ZWINGLI	**FITNESS FÜR DIE HAUT** KATJA FENNER
16:00 - 17:00	**FUNTONE CARDIO „THE FUNCTIONAL FATBURNER“** JÜRG NEUKOM, MANUELA LATINI		**IN „6 WOCHEN“ ZUR TRAUMFIGUR** MARCO HIRSIGER
17:15 - 18:15	**BACK MOBILITY, STRETCH & FINAL RELEASE** ANASTASIA ALEXANDRIDI		
19:00 - 24:00	**LAKE SIDE BBQ & PARTY**		

Early Bird bis 29.06.2020
CHF 179

Regulärer Preis
CHF 199

Im Preis enthalten: **komplettes Programm** + **Lake Side Barbecue** inkl. **Wein & Soft Drinks.** Einzel-Abo Mitglieder im Weiterbildung Circle erhalten jeweils CHF 20 Rabatt. Alle Infos und Buchungen unter www.safsconvention.com

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

WOODWAY Bootcamp 2.0

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

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

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

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

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

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

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

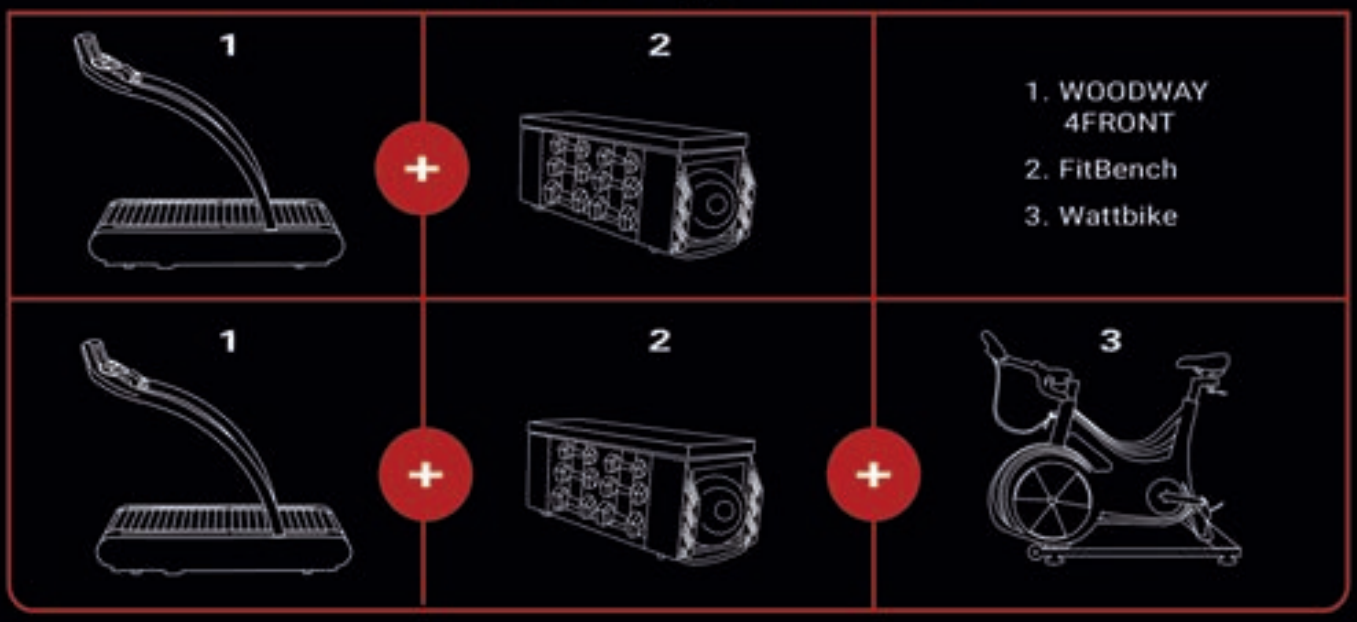
Domitner GmbH, Herrgottwiesgasse 149, A-8055 Graz | Tel: +43 316 27 12 00 | office@domitner.com

Burn Fat & create Fun!

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

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

Ausstattungs-Varianten



WOODWAY
For The Long Run

Domitner
Your Partner for Health & Prevention

Das Virus legt auch die Gesunden lahm! Wie Sie als Gewinner aus dieser Krise gehen!

Von Roger Gestach

Aktuell stelle ich fest, dass es zwei Lager bezüglich Corona-Virus gibt: Die einen welche an Verschwörungstheorien denken und glauben, dass die Massnahmen übertrieben sind und die Situation bewusst herbeigeführt wurde. Die anderen welche der Meinung sind, dass unsere Behörden zu lange gewartet und zu wenig hart durchgegriffen haben. Ich kann nicht beurteilen, ob die Anordnungen angemessen sind oder waren, ich bin kein Virus-Experte. Ich respektiere aber die behördlichen Massnahmen und befolge sie.

Was ich Ihnen aber liebe Leser sagen will ist: Bewahren Sie soweit es geht ruhig Blut! Ich weiss dies ist sehr schwierig und gelingt mir oft auch nicht. Lassen Sie sich wenn möglich nicht in die allgemeine Hysterie hineinziehen. Die Geschwindigkeit, mit der es ein Virus vom einen Ende der Welt ans andere schafft, passt in unsere Zeit. Es gibt keine Mauern die das Virus aufhalten können. In früheren Jahrhunderten geschah das genauso, nur damals viel langsamer.

Das grösste Risiko in dieser Situation ist die Vergiftung des gesellschaftlichen Lebens, der menschlichen Beziehungen und die Barbarisierung des zivilen Umgangs. Es ist ein urzeitlicher Instinkt von uns Menschen, einen unsichtbaren Feind überall zu vermuten. Halten Sie Abstand aber schauen Sie nicht alle Mitmenschen als Bedrohung und potenzielle Angreifer an. Anders als während der Epidemien in früheren Jahrhunderten haben wir heute die moderne Medizin an unserer Seite und dies ist ein grosser Unterschied.

Als Mitte Februar Corona in China schon sehr aktuell war, aber bei uns erst im Aufkommen, haben wir von der FITNESS TRIBUNE Redaktion den Artikel von Dr. Kai Pauling erhalten (diese Ausgabe ab Seite 28). Wir haben uns damals überlegt, ob wir dies überhaupt so abdrucken dürfen, da uns dieser Artikel ziemlich übertrieben erschien. Und jetzt, nur ein paar Wochen später, ist auch bei uns die Welt eine andere. Wir haben deshalb in unserem Team wieder besprochen, ob wir nun diesen Artikel überhaupt abdrucken sollen, da dieser noch mehr Angst verbreitet und uns wahrlich nicht positiv stimmt. Wir haben entschieden den Artikel in einer gekürzten Version zu drucken (die volle Version finden Sie Online). Der Hauptgrund ist, dass Dr. Pauling im zweiten Teil des Artikels sehr wichtige Tipps für Unternehmen gibt.

Eines möchte ich aber klar sagen: Persönlich glaube ich nicht, dass der Corona Virus so viele Todesopfer fordert, wie Dr. Pauling prognostiziert. Was ich aber schon glaube ist, dass es eine weltweite Rezession geben wird. Ebenfalls bin ich bei einem seiner Tipps nicht derselben Meinung: Er sagt, man soll Neuanschaffungen sehr gut überlegen und eventuell zurückstellen. Ich finde man sollte genau das Gegenteil tun und sich jetzt Gedanken machen, welche Investitionen man auf den Herbst 2020 tätigen will. Wieso lesen Sie gleich.

Sobald der Corona-Spuk vorbei ist, alle Fitnesscenter wieder normal geöffnet haben und die Leute sich auch wieder trauen ins Training zu gehen, dann wird die Fitnessbranche zu den grossen Gewinnern der Krise gehören. In jeder Rezession hat es Firmen und Branchen gegeben, die trotzdem überdurchschnittlich erfolgreich waren.

Ich bin überzeugt, es wird die Fitnessbranche sein. Wieso:

- Die Leute merken jetzt, dass es Nichts Wichtigeres gibt als die Gesundheit! Zum Erhalt der Gesundheit gibt es Nichts Besseres als Muskeltraining.
- Die bisherigen Fitnesskunden haben einen sehr grossen Nachholbedarf an Training.
- Man will wieder an einen Ort gehen, um Leute zu treffen.
- Gruppenkurse werden boomen. Das Miteinander hat den Leuten gefehlt.
- Die Kosten für das Fitnesstraining kann sich auch trotz einer Rezession der grösste Teil der Bevölkerung immer noch leisten.

Selbstverständlich sollen Sie alle staatliche Hilfe anfordern die sie können (z. B. Kurzarbeit in der Schweiz). Die Details dazu waren zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses noch nicht bekannt. Auch die rechtlichen Situationen müssen geklärt werden (z. B. muss die Zeit der Schliessung den Mitgliedern angerechnet werden).

Aber, anstatt im negativen zu versauern weil Ihr Fitnesscenter geschlossen ist, überlegen Sie sich, wie Sie spätestens im September Ihre Mitglieder beglücken können. Die FITNESS TRIBUNE hilft Ihnen dabei, mit spannenden Informationen. Schauen Sie nach vorne, damit Sie bereit sind, wenn es wieder losgeht.

Ich drücke der ganzen Branche die Daumen.

Ihr Roger Gestach

SENSOPRO
DIE FIBO MUSS LEIDER WARTEN!
Wir kommen dafür zu dir.
Mit unserem Roadshow Mobil!
So testest du unser Training direkt auf deinem Parkplatz.
Melde dich!
www.sensopro.swiss
MIRJAM BIERI
+41 79 509 61 75
mirjam@sensopro.swiss
LUCA TIERI
+41 76 682 65 87
luca@sensopro.swiss
KASPAR SCHMOCKER
+41 79 419 19 00
kaspar@sensopro.swiss

Jasmin Bühler, Chef-Auditorin von Fitness Classification, mit dem guten Auge für die Details.

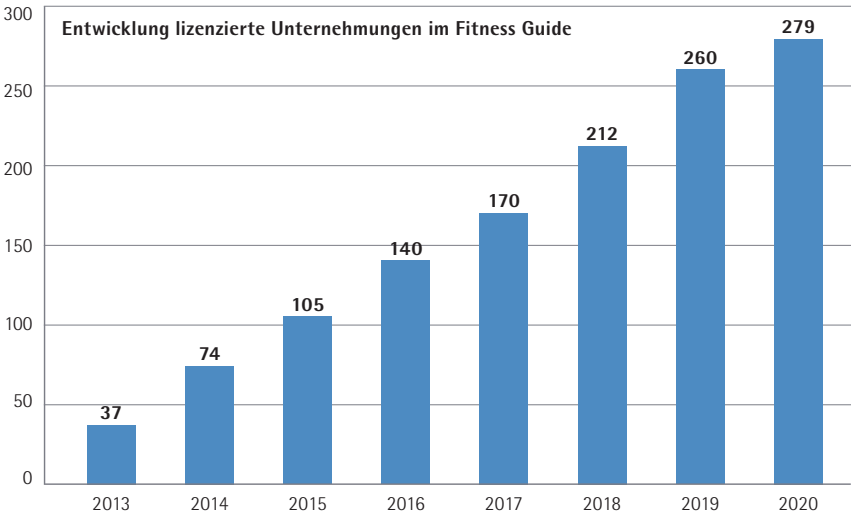
Fitness Guide – das Qualitätslabel für KMU-Center

Das vom SFGV entwickelte Qualitätslabel startete im Jahr 2013 mit den ersten Zertifizierungen. Die Entwicklung ist durchwegs positiv. Mittlerweile wurden rund 280 Unternehmungen vom Fitness Guide zertifiziert und ein Ende ist nicht abzusehen.

Fitness Guide für die Positionierung

Der Fitness Guide hilft dem Unternehmen bei der Positionierung im Markt. Der Konsument kann sich — wie er es von der Hotellerie kennt — an einem klaren Sterne-Rating orientieren. Er weiss, welche Qualität er erwarten darf und versteht, wofür das Unternehmen eintritt und welche Dienstleistungen er nutzen kann.

Fitness Guide zertifiziert sowohl Fitness- und Gesundheitscenter als auch Bewegungscenter und Kursanbieter. Die Akzeptanz des Labels ist bei den Centern und bei den Kunden sehr gut. Genau gleich wie bei den Hotels, gibt es Kunden, die unbedingt in einem Fünfsterne-Center trainieren wollen, während andere sich in einer Dreisterne-Umgebung wohler fühlen. Doch im Unterschied zum Hotellerie-Label steht beim Fitness Guide nicht die Qualität der Lage und der Ausstattung im Vordergrund.



Die Betreuungsqualität ist entscheidend

Im zentralen Interesse der Zertifizierung steht, im Unterschied zu anderen Labels, die Qualität der Mitarbeitenden. Das Einordnungsraster der Berufsqualifikationen, EBQ der OdA Bewegung und Gesundheit sorgt dabei für Transparenz über das im Center vorhandene fachliche Know-how des Personals.

Zwei Fliegen auf einen Streich

Da das Label im Besitze des SFGV ist, bietet es eine sehr kostengünstige Zertifizierung dank schlanken Strukturen. Für ein Center mit 70 Trainingsstationen kostet das Zertifikat, inklusive Mitgliedschaft im SFGV 2300 Franken pro Jahr. Das ist ein sehr fairer Preis, vor allem wenn man bedenkt, welche Benefits alleine die Mitgliedschaft im SFGV bringt.

Obwohl das Label dem SFGV gehört, ist die Neutralität gewährleistet. Die Zertifizierung und die Kontrollen werden durch die neutrale Zertifizierungsstelle «fitness classification» durchgeführt. Zudem steht das Label unter der demokratischen Kontrolle der Mitgliederversammlung und des gewählten Vorstandes.

Beiträge von Krankenversicherungen

Der SFGV legt jedes Jahr einen speziellen Folder mit Informationen auf, über alle Krankenversicherungen in der Schweiz, welche Präventions Beiträge aus Zusatzversicherungen an die Kosten eines Jahres-Fitness Abonnements leisten. Eine aktuelle Übersicht darüber, welche Voraussetzungen erfüllt werden müssen damit eine Zahlung erfolgt, ist auf der Website www.fitness-guide.ch zu finden.

Für Unternehmen, die sich noch besser vom Gesamtmarkt abheben und klar gesundheitsorientiert positionieren wollen, empfiehlt sich die Zusatzauszeichnung «Fitness-Guide medical». Fitnesscenter-Unternehmungen, die einen Arzt und/oder eine Physiotherapie im Hause haben, können das Zusatzlabel Fitness-Guide medical erwerben. Diese Auszeichnung bestätigt, dass ein Kunde dieses Unternehmens vor Ort die Beratung eines Arztes oder Physiotherapeuten in Anspruch nehmen kann. Damit ist eine interdisziplinäre Zusammenarbeit und Vernetzung sichergestellt.

Die entsprechenden Anforderungen stehen auf www.fitness-guide.ch zum download bereit.

Zwei Labels – zwei Profile

Fitness Guide

Zertifizierer: Fitness Classification

Trägerschaft: SFGV — der Schweizerische Fitness- und Gesundheitscenter Verband (KMUs als Mitglieder).

Hintergrund: Ausbildungsqualität der MitarbeiterInnen steht im Zentrum. Da Qualitop seit 2014 im Besitz der Kettenbetriebe ist, hat der SFGV für die KMU dieses, auf sie zugeschnittene Zertifizierungssystem geschaffen.

Qualitop

Zertifizierer: QualiCert

Trägerschaft: IG Fitness Schweiz — Kettenbetriebe: Migros, update, basefit, Kieser Training.

Hintergrund: Prüft nach starren Normen, Ausbildungsqualität steht nicht im Zentrum.

Im Gespräch mit dem SFGV-Geschäftsführer Roland Steiner

Roland, der SFGV hat sich in den letzten 10 Jahren stark verändert. Was ist das Ziel des SFGV-Vorstandes?

Steiner: «Der Prozess, den SFGV vom statischen Verband zu einem dynamischen Dienstleistungszentrum für die KMU's in der Fitness-Branche zu entwickeln, haben wir vor 10 Jahren gestartet. Wir haben schon vieles erreicht — es kommen aber weitere Projekte, die wir am BranchenTag am 17.4.2020 vorstellen.»

Was treibt Dich an?

«Die Ausbildungsqualität der MitarbeiterInnen zu verbessern und eine starke Interessenvertretung für unsere Mitglieder. Neben dem Meilenstein Fitness Guide ist es uns in den letzten 8 Jahren gelungen, 3 eidgenössische anerkannte Ausbildungsabschlüsse — Berufslehre, Fachausweis, Diplom — zu realisieren. Das gibt der Branche die Chance, sich nachhaltig als Dienstleister im gesundheitsorientierten Gesundheitstraining zu etablieren. Daneben bieten wir starke Unterstützungstools und massive Vergünstigungen, die die Kosten unserer Mitglieder tief halten.»

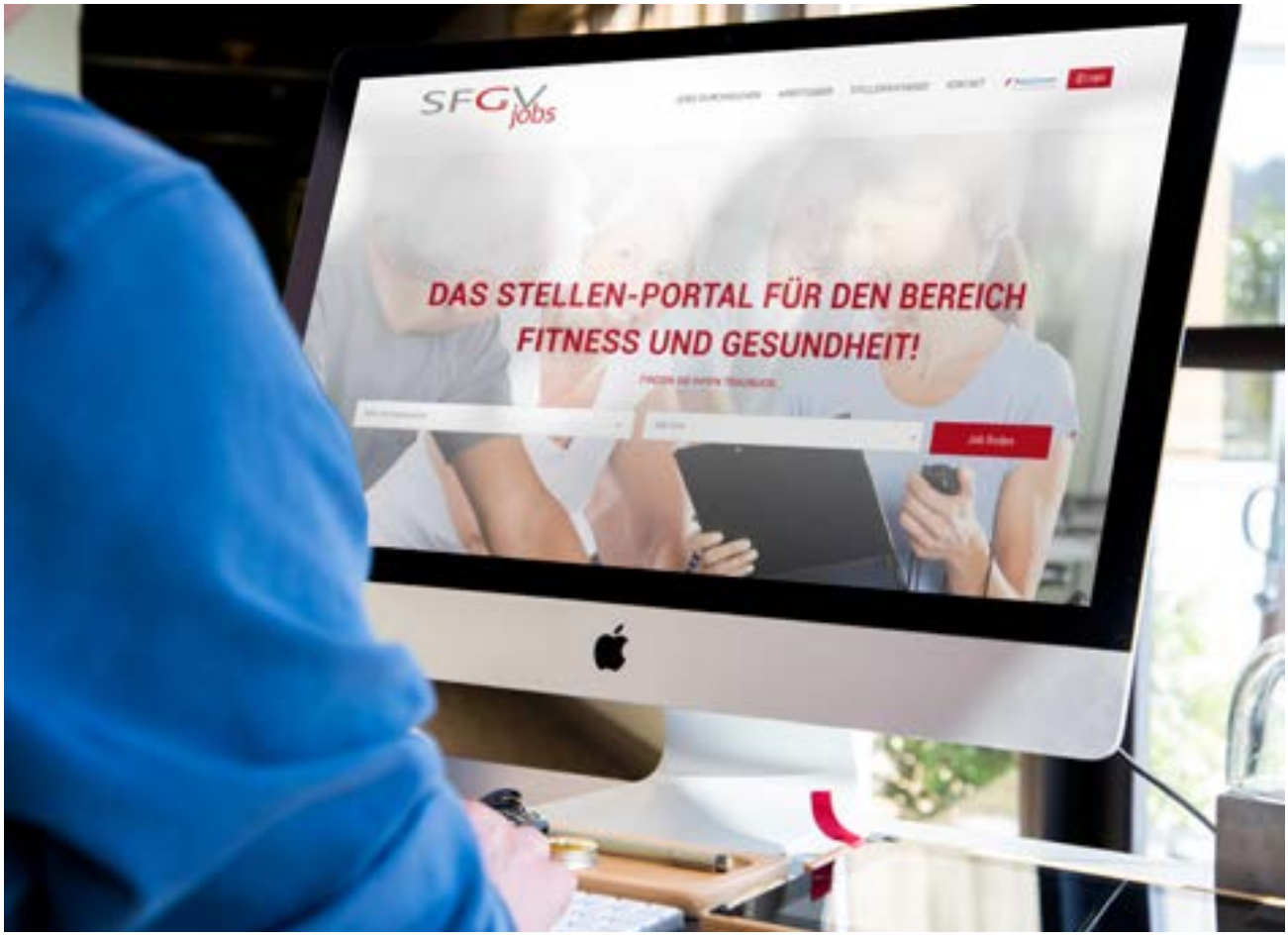
Was sind das für Tools?

Steiner: «Einerseits sind das Unterstützungstools für die Positionierung als gesundheitsorientiertes Fitness-Centers wie Taschenbuch «Kräftig altern», BfU Broschüre «Kräftig ins Alter», Taschenbuch «Die Heilkraft unserer Muskeln», Konsumentenmagazin «Gesund und Fit», Medikamentenschachtel «Bewegung ist die beste Medizin» sowie die Broschüre «Gesundheitsförderungsbeiträge der Krankenkasse an die Kosten der Fitness-Abos».

Anderseits handfeste kostensparende Angebote wie — Zertifizierungssystem Fitness Guide — Gebührenabgabe an die SUISA für die Musikverwendung in den Gruppen-Kursen — Jobvermittlungsplattform «www.jobs-sfgv.ch», die für unsere Mitglieder gratis ist — Coop-Gutscheine als Zahlungsmittel für Fitness-Abos (10 000 Supercardpunkte geben einen Gutschein für CHF 100).»

Wie hoch schätzst Du die Kosteneinsparungen durch eine Mitgliedschaft im SFGV?

Steiner: «Je nach Grösse des Unternehmens geht das schnell in einige Tausend Franken Kosteneinsparungen. Ich könnte noch viel mehr aufzählen. Ich empfehle aber den Folder Ein starker Verband für eine starke Positionierung von www.sfgv.ch runter zu laden. Dort kann man alles im Detail nachlesen.»



Der SFGV lanciert eine offene Jobplattform für die Branche

Der SFGV lanciert eine weitere Dienstleistung. Und zwar nicht nur für seine Mitglieder: Eine offene Jobplattform, welche von Stellensuchenden und Stellenanbietern der Fitness- und Gesundheitscenter-Branche genutzt werden kann. Zu finden, auf www.jobs-sfgv.ch – aufgeschaltet nach dem Branchentag,

Die Branche boomt. Die Anzahl der Fitness- und Gesundheitscenter hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen. Im Gleichschritt ist natürlich auch die Anzahl der Beschäftigten gestiegen. Doch die Jobsuche ist nicht einfach. Wer nach einem Job sucht, nimmt in den meisten Fällen den Weg über eine der grossen Jobplattformen. Doch viele Stellen werden gar nicht öffentlich ausgeschrieben.

Tatsächlich sind in vielen Branchen deutlich mehr Stellen frei, als man wahrnimmt. Denn rund zwei Drittel der offenen Stellen werden gar nie öffentlich ausgeschrieben. Die Firma Metapage AG aus Zürich hat das analysiert. Aus der Studie geht hervor, dass 64 Prozent der freien Jobs nie auf den Jobplattformen zu finden sind. Sie werden «bloss» auf den Websites der jeweiligen Arbeitgeber publiziert.

Das hat verschiedene Gründe: Einerseits sind die Kosten meist hoch, aber auch der Aufwand ist vielen Arbeitgebern zu viel. Aus diesem Grund hat der SFGV nun eine Jobplattform entwickelt, welche das Anbieten und die Suche von Jobs vereinfacht, Streuverlust und unnötigen Suchaufwand vermeidet und dazu noch konkurrenzlos günstig ist. Aber es gibt noch weitere wichtige Punkte, wodurch sich die SFGV-Plattform vom bestehenden Angebot abhebt.

Dauerthema Mindestlohn

Mit der wachsenden Anzahl der Beschäftigten wurde auch die Höhe der Löhne immer mehr zum brisanten Diskussionspunkt. Der SFGV hat sich in den vergangenen Jahren dafür eingesetzt, dass offizielle Mindestlohnempfehlungen publiziert werden. Diesem wichtigen Punkt wurde Rechnung getragen. Die Mindestlohnempfehlung ist ein integrierter Bestandteil der SFGV-Jobplattform. Ein wichtiger Pluspunkt für Anbieter und eine Orientierung für Stellensuchende.

Lehrbetriebe können sich eintragen und ihre Lehrstellen ausschreiben

Auch das SFGV-Schwerpunktthema «Berufslehre» floss in die Jobplattform ein: Arbeitgeber können sich als Lehrbetrieb eintragen und ihre offenen Lehrstellen auf dem Portal ausschreiben. Eine grosse Erleichterung für interessierte Personen auf der Suche nach einem Ausbildungsplatz.

Weitere Goodies

Das Thema «Datenschutz» wurde ebenfalls berücksichtigt. Für Stellensuchende wurde ein separates Login gestaltet, so dass sie eine Bewerbung schalten und gleichzeitig entscheiden können, ob diese der Öffentlichkeit zugänglich ist, oder nur für angemeldete Arbeitgeber einsehbar ist.

Nicht nur für Members

Die Plattform steht SFGV-Mitgliedern kostenlos zur Verfügung. Sie können über ein spezielles Login ihre Daten abfüllen. Center die nicht SFGV-Mitglied sind, können die Plattform ebenfalls nutzen, allerdings gegen die sehr faire Gebühr von CHF 120.— pro Inserat.

Als zusätzliche Erleichterung lässt sich der praktische Jobmail-Service abonnieren. Wer sich eingetragen und seine Suchkriterien hinterlegt hat, erhält künftig Stellenangebote, welche den Kriterien entsprechen automatisch per -Mail.

Die Plattform wird am 17. April 2020, im Rahmen des Branchentages im Kursaal Bern offiziell vorgestellt und im Anschluss aufgeschaltet.

Fragen an den Projektverantwortlichen

André Moser ist Vorstandsmitglied des SFGV. Neben seinem Amt als Präsident der Fachausweisprüfungen bildet die Entwicklung und Verwaltung der neuen Jobplattform einen wichtigen Anteil seiner Vorstands-Aufgaben.

André, was war der Auslöser für die Idee, eine spezielle Jobplattform für die Branche zu entwickeln?

Moser: «Wir möchten unseren Mitgliedern die Arbeit erleichtern und die Branche nicht nur quantitativ sondern vor allem qualitativ vorwärts bringen. Gutes Personal ist elementar für die von uns angestrebte Qualitätssteigerung. Durch dieses Tool soll das Anbieten und die Suche von Jobs innerhalb der Branche vereinfacht werden. Und es soll mithelfen, dass gute Fachleute gute Arbeitgeber finden und in der Branche bleiben.»

Was unterscheidet die SFGV-Plattform von anderen Jobportalen, ausser dass sie für die Branche ist?

Moser: «Unsere Portal ist spezifisch auf die Fitness- und Gesundheitscenter-Branche ausgerichtet. Streuverlust ist kein Thema und spezielle Fragen, wie Datenschutz oder Berufsausbildung wurden berücksichtigt. Zudem bieten wir einen individualisierbaren Job-Newsletter an.»

Weshalb steht die Plattform auch für Nichtmitglieder zur Verfügung?

Moser: «Damit das Angebot möglichst gross ist und der Markt repräsentativ abgebildet wird. Und natürlich geben wir Nichtmitgliedern damit einen weiteren Anreiz, die Mitgliedschaft beim SFGV zu prüfen. Die Jobplattform ist ja bloss eine von vielen Dienstleistungen für unsere Mitglieder.»

Ist die Plattform ein Dienst an der Branche, oder will der SFGV damit Geld verdienen?

Moser: «Wie oben erwähnt, hilft uns die Plattform unsere Branche weiterzubringen. Also kann man sie mit gutem Gewissen als Dienst an der Branche bezeichnen. Geld zu verdienen ist nicht unser Ziel. Die Gebühr für Nichtmitglieder ist aus diesem Grund sehr fair. Da die Plattform aber über Mitgliederbeiträge finanziert wurde, ist es richtig, dass Nichtmitglieder einen Beitrag für die Nutzung bezahlen müssen.»

Was kostet eine Anzeige für Nichtmitglieder?

Moser: «Die Kosten werden sich auf CHF 120.— pro Anzeige belaufen»

Sind in naher Zukunft noch weitere Angebote dieser Art geplant?

Moser: «Wir haben noch einiges in der Pipeline, aber darüber werden wir zu einem späteren Zeitpunkt sprechen.»

SAFS CONVENTION: 29. August 2020 Ein Fitness-Event auf höchstem Niveau

Vielfalt und Exklusivität direkt am Zürichsee: Von Functional Fitness, Yoga und Dance über Lifestyle-Vorträge bis zu einem atemberaubenden Party-Abend!

Die besten internationalen Presenter bei einer Convention, eine Vielzahl von Top-Referenten, Speakern und Dozenten, eine Location wie aus einem Bilderbuch, ein Party-Konzept wie es einzigartig ist — fast zu schön, um wahr zu sein. Und doch ist es so - die SAFS CONVENTION verspricht 2020 all das — was man sich wünscht.

Keine geringere als Anastasia Alexandridi findet zum ersten Mal den Weg in die Schweiz. Die internationale Presenterin, ist weltweit gebucht und steht mit ihrem aussergewöhnlichen Stil an der Spitze der weltweiten Top-Presenter. Bei der SAFS Convention wird sie ihr gesamtes Repertoire aufzeigen, von einer Dance-Class über eine Step-Class bis hin zu einer Back & Mobility Class. Dass die Avantgardistin der Step-, Fitness- und Dance-Szene überhaupt Zürich beglückt — ist Jana Spring, SAFS Gruppenfitnessleitung, zu verdanken, die wie bereits 2019, auch die Organisatorin der SAFS CONVENTION 2020 ist.

Selbst weltweit bekannte Presenterin, revolutioniert sie seit Jahren die Fitness-Szene und bietet Functional Fitness auf absolutem High-Class-Niveau. So auch bei der SAFS CONVENTION 2020. Doch nicht nur Functional Training darf man mit ihr erleben, sondern exklusiv und zum ersten Mal eine Yoga-Class — und das zusammen mit keinem geringeren als Young Ho Kim, der koreanische Yoga-Künstler, der mit seinem Stil seit Jahren weltweit die Yoga-Szene bereichert! Auch er findet dieses Jahr den Weg nach Zürich und bietet Yoga der Extraklasse. Doch nicht nur Functional Fitness, Yoga und Dance mit Top-Presentern sind an diesem Tag geboten, sondern auch Lifestyle-Vorträge über Gesundheit & Schönheit. On TOP — die geilste Party in einer der schönsten Location Zürichs. Zu Sonnenuntergang laden das SAFS-Convention Team und alle Presenter zu feinsten BBQ, Cocktails, Weinauslese und Specials ein! Passend zu einer heissen Sommernacht, erklingen dann die Klänge des Saxophonisten sowie Party-Beats by DJ MB, und das LAKE SIDE verwandelt sich von einer Fitness-Location zu der Party-Location No.1!

Tickets für diese einzigartige Convention sind ab sofort erhältlich! Achtung — die Tickets sind limitiert — schnell sein und sich sein Ticket sichern — lohnt sich, denn der Frühbucherrabatt ist bis 29. Juni 2020! Weitere Infos & Details & Programm unter: www.safsconvention.ch

GROUNDBREAKING

[design]

Es ist an der Zeit, neue Maßstäbe zu setzen.
Unser Slat Belt Laufband Performance Plus übertrifft alle Erwartungen.
Robust. Innovativ. Einzigartig in seiner Art.

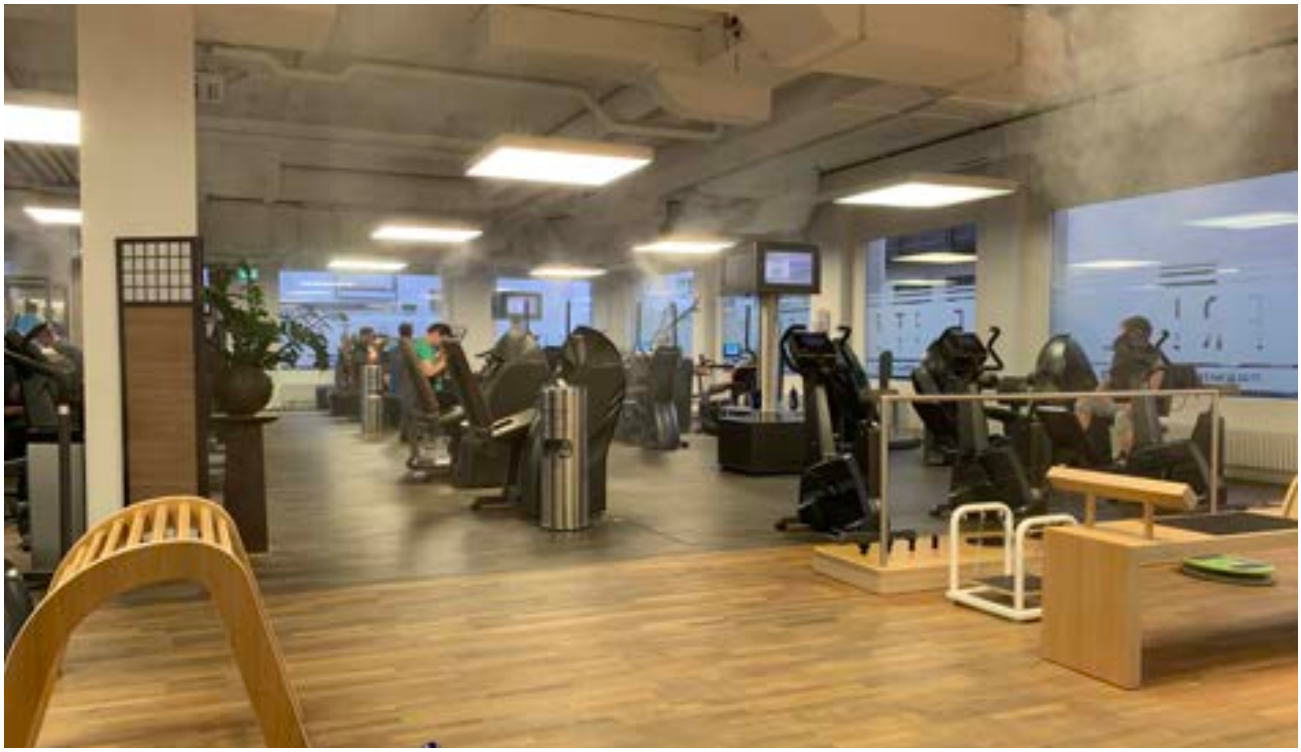
Besuchen Sie MatrixPerformancePlusTreadmill.de und gehören Sie zu den Ersten, die dieses Highlight auf Ihrer Cardiofläche anbieten werden.

MATRIX

| 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

Fitnesstraining in Zeiten einer Pandemie – Ein Erfahrungsbericht



Die Adjektive einfach, sicher, effektiv sind nicht nur für den Hersteller unserer Geräte der Leitfaden sondern ist auch für unser Fr!tz Konzept die Basis unseres Tuns und Handelns. Als wir im Dezember 2015 unser Gesundheitstraining Fr!tz bewegt mich in Illnau eröffneten, zeichnete sich sehr schnell ab, dass wir mit der Ausrichtung des Konzeptes auf das Zielpublikum 40+ den Nagel auf den Kopf getroffen haben.

Nur schon die Eröffnung war ein grosser Erfolg und wir schlossen den Dezember 2015 mit einem Mitgliederstamm von 300 ab. Heute, vier Jahre später trainieren im Fr!tz knapp 1'400 Mitglieder! Warum war dies in einem Umfeld des Überangebots und Preiszerfalls überhaupt möglich? Konzepttreue auf allen Ebenen — Gesundheit vorzubeugen, zu erhalten und wieder herzustellen — einfach, sicher, effektiv.

Als wir uns zum Aspekt der Sicherheit in Bezug auf unser Zielpublikum Gedanken machten, war uns schon von Anfang an bewusst, dass wir diesen Menschen — gerade was die Ansteckungsgefahr in Zeiten von Grippewellen betrifft — etwas anbieten mussten. Damals war das heute grassierende Covid-19-Virus kein Thema. Dank Implementierung einer Sicherheitsstrategie, die schon seit Beginn umgesetzt und laufend verbessert wurde, können wir der aktuellen Coronavirus-Herausforderung viel besser begegnen!

Im Empfangsbereich haben wir die Empfehlungen des Bundes aufgestellt sowie eine Box mit Desinfektionstüchern platziert. Viele der Trainierenden haben uns gefragt, ob wir diese Box nun extra wegen dem Coronavirus aufgestellt haben. Die Antwort lautete natürlich nein. Die verschiedenen Desinfektionsstationen wurden einfach bis anhin nicht von allen bewusst wahrgenommen. Unser Team von Bewegungs- und Gesundheitstrainern und Gesundheitstrainerinnen desinfizieren zudem in regelmässigen Abständen die Griffe der Geräte, da dies praktisch der einzige Kontaktpunkt von Mitglied zu Mitglied ist. Wir stellen selbstverständlich auch gratis Einweghandschuhe zum Trainieren zur Verfügung!

Als weitere Massnahme haben wir seit zwei Jahren eine Vernebelungsanlage in Betrieb, welche mit einem biologischen Wasserdesinfektionsmittel funktioniert. Das Mittel tötet nachweislich Coronaviren, multiresistente Keime und Pilze ab. Der Lieferant hatte letztes Jahr Wasserproben in unserem Studio genommen und diese durch ein anerkanntes Labor prüfen lassen. Das Resultat ist ein Zertifikat, welches ebenfalls im Studio aufgehängt wurde und bestätigt, dass die Befeuchtung frei von Keimen ist.

Ende Februar haben wir zudem noch ein Schreiben des Lieferanten (ebenfalls im Eingangsbereich) aufgestellt, dass spezifisch die positive Wirkung des biologischen Mittels auf Coronaviren erklärt. Die Anlage ist für uns in allen Bereichen ein Gewinn. Sie befeuchtet im Winter die eher meist trockene Luft und im Sommer kühlt sie die Temperatur und ist energetisch eine nachhaltige Lösung, was uns als Betreiber wichtig ist.

Wir sind überzeugt, dass nebst den konkreten Massnahmen eine proaktive Kommunikation sehr wichtig ist, damit das Gefühl von Sicherheit nicht abhanden kommt.

Urs Odermatt

Fr!tz bewegt mich AG
Schmittestrasse 8
8308 Illnau
E: odermatt@fritzbewegtmich.ch
T: +41 78 616 06 62

CORE Health & Fitness vereint als Dachmarke die 4 führenden Brands: Star Trac, Nautilus, StairMaster & Schwinn. Vier starke Kultmarken, wegweisend in der Fitnessindustrie.

CORE HEALTH & FITNESS

ratio

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

BSA/DHfPG GESUNDHEIT&FITNESS WEEK

Ein Highlight im Mai

Es ist wieder soweit! In wenigen Wochen startet die «BSA/DHfPG GESUNDHEIT&FITNESS WEEK» der BSA-Akademie und der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) in Kooperation mit der SAFS – Swiss Academy of Fitness & Sports sowie dem ROBINSON Club Daidalos. Vom 23. bis 30. Mai 2020 treffen sich Gesundheitsinteressierte, Fitnessfans und die, die es (wieder) werden wollen, auf der griechischen Insel Kos, um eine Woche Urlaub mit einem Aktivprogramm rund um Fitness und Gesundheit zu verbinden.

Nach dem erfolgreichen Start in 2019 haben auch in diesem Jahr die Experten der BSA/DHfPG und der SAFS die TOP EVENT-Woche mit zahlreichen Kursen, Vorträgen sowie Workshops vorbereitet. Wer möchte, kann ausserdem an Testungen inklusive Analysen teilnehmen. Hier finden Anfänger, Wiedereinsteiger und auch Fortgeschrittene die optimalen Rahmenbedingungen. Einen ganz besonderen Reiz stellt natürlich die idyllische Kulisse des ROBINSON Club Daidalos auf der griechischen Insel Kos dar.

Die Experten der TOP EVENT-Woche

Insgesamt begleiten 11 Experten in diesem Jahr die «BSA/DHfPG GESUNDHEIT&FITNESS WEEK», unter anderem Lisa Stefani, Patrick Klein und Prof. Dr. Thomas Wessinghage: Lisa Stefani, B. A. Contemporary Dance und Postgraduate Diploma in Dance Performance, ist seit 2012 eine feste Grösse an der SAFS, unter anderem in den Bereichen Pilates und PowerYoga. Ihre Erfahrung im professionellen Tanz und in der Durchführung von Kursen erleben die Teilnehmenden in der lockeren, entspannenden Atmosphäre der Pilates- und Yoga-Kurse. Die Leidenschaft von Patrick Klein ist das Indoor Cycling, bei dem er als absoluter Experte gilt und als internationaler Presenter fungiert. Jeder, der an seinen Kursen teilnimmt, lässt sich von Patricks Hingabe und Freude mitreissen. Er hat in seinen Trainings das individuelle Leistungslevel immer im Blick, sodass der Spass bei den Teilnehmenden nicht verloren geht. Prof. Dr. Thomas Wessinghage ist

Lisa Stefani

Patrick Klein

Prof. Dr. Thomas Wessinghage

Pilates mit Bällen vor atemberaubender Kulisse

Facharzt für Orthopädie und ehemaliger Lauf-Europameister über 5'000 Meter sowie zwanzigfacher Deutscher Meister. Durch seine langjährige Erfahrung als Arzt und Leistungssportler weiss er genau, wie sich die individuellen Voraussetzungen mit den gewünschten Trainingseffekten verbinden lassen.

Kurzer Einblick ins Programm

Egal ob Frühaufsteher oder Langschläfer, Fitnessfan oder Gesundheitsinteressierter, im Programm der diesjährigen «BSA/DHfPG GESUNDHEIT&FITNESS WEEK» ist für alle etwas dabei. Diejenigen, die bereits morgens um acht Uhr munter sind, können beispielsweise zusammen mit Jürg Neukom in seinem Kurs «Atmung & Achtsamkeit» in den Tag starten. Ausserdem können Interessierte mittels Bioimpedanzanalyse und/oder Kalipermethode die eigene Körperzusammensetzung feststellen lassen und anschliessend die Ergebnisse zusammen mit Aline Emanuel, M. A. Prävention und Gesundheitsmanagement, einschätzen. Für Laufbegeisterte bieten Prof. Dr. Arne Morsch und Prof. Dr. Thomas Wessinghage professionelle Videoanalysen des Laufstils an. Anschliessend werden diese Aufzeichnungen ausgewertet, um so den individuellen Laufstil zu optimieren. Für diejenigen, die vor allem Entspannung suchen, sind viele Body&Mind-Kurse wie «Pilates mit Ring» oder «Yoga Sonnengruss» besondere Erlebnisse. Auch aktive sowie ehemalige Kraftsporttreibende und Beginner können zusammen mit den Experten Clive Salz und Marcel Reuter eine Krafttestung durchführen, in der die optimale individuelle Trainingsintensität ermittelt wird. Das Programm bietet Teilnehmenden mit animierenden Kursen wie der «Sixpack Challenge» mit Marcel Baumann oder dem «FunTone®Basic — Functional BBP» mit Jana Spring zusätzlich viele Möglichkeiten zum Auspowern.

Clive Salz bei seinem intensiven Krafttrainingskurs

Buchen Sie am besten direkt!

Die «BSA/DHfPG GESUNDHEIT&FITNESS WEEK» vom 23. bis 30. Mai 2020 ist ein Event exklusiv für Gäste des ROBINSON Club Daidalos. Interessierte können in jedem beliebigen Reisebüro oder unter ROBINSON.com ihren Urlaub buchen und kostenfrei am Programm 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®

Doomsday Plan zur Wirtschaftskrise: So bereiten Sie sich und Ihr Unternehmen auf die kommende Krise vor

Geschrieben Mitte Februar 2020

Eine der grössten Herausforderungen von Unternehmern ist es, auf die Veränderungen der Märkte und Kundenwünsche zu reagieren. Noch schwieriger ist es, mögliche Entwicklungen vorherzusehen und die Unternehmensstrategie und gesamte Geschäftsplanung rechtzeitig neu auszurichten. Nach der letzten globalen Wirtschaftskrise haben sich viele gewünscht, dass sie vorher besser informiert gewesen wären, damit sie hätten Vorbereitungen treffen können. Doch kurz nach der Welle der Bankenrettung, der Verabschiedung neuer Gesetze, Richtlinien und vieler politischer Bekundungen kehrte bereits wieder Ruhe und Schweigen ein. Und anstatt sich mit der Aufarbeitung der Hintergründe, Mechanismen und Verursacher der Weltwirtschaftskrise detailliert im Diskurs auseinanderzusetzen gingen viele zur alten Tagesordnung und anderen Themen über. Was blieb sind die Folgen und hier haben die Sparer in Europa seit 2011 allein aufgrund der Mini-Zins-Politik der Europäischen Zentralbank über 350 Milliarden Euro an Privatvermögen verloren. Bei den KMUs sind im gleichen Zeitraum aufgrund der Depression Billionen Euro an Unternehmenswerten und Rücklagen vernichtet bzw. aufgebraucht worden.

Einmal Hand aufs Herz haben Sie einen persönlichen Notfallplan? Und wie sieht es in Ihrem Unternehmen aus, gibt es dort einen Doomsday Plan und konkrete Vorkehrungen, die bereits getroffen wurden? Könnten Sie eine Zeit von mehr als einem Monat in ihrem Haus bzw. Ihrer Wohnung ohne Einkauf und Erwerbseinkommen überstehen, so wie es über 760 Millionen Menschen (die gesamte EU hat 450 Millionen Einwohner) in China müssen deren Städte und Regionen unter Quarantäne gestellt wurden (Stand 16.2.2020, #10)? Und könnte Ihr Unternehmen eine komplette Schliessung von mehr als zwei Monaten überleben, so wie es derzeit hunderttausende KMUs in China erleben? Könnte Ihr Unternehmen weiter existieren, wenn die Bevölkerung in den nächsten 60 Monaten um mehr als 35 Prozent (Schweiz) oder sogar 65 Prozent (Deutschland) zurückgehen würde?

Es wird sicher nicht wenige Leser geben, die sich jetzt fragen, was diese Fragen sollen. Für diejenigen empfehle ich die ersten beiden Quellen (#1 KenFM Positionen 20, 2020. #2 Otte, 2019) zu diesem Artikel anzusehen bzw. zu lesen und einmal das Suchwort «Wirtschaftskrise» in eine unabhängige Suchmaschine (nicht Google sondern z. B. DuckDuckGo oder Qwant) einzugeben. Und auf die Frage, was dieses Thema in der FITNESS TRIBUNE zu suchen hat, gibt es ebenfalls eine sehr einfache Antwort: Als Experte für Sport-/Fitnessmanagement und Turnaroundmanager liegt es in meiner Profession Unternehmenskrisen nicht nur im Rahmen einer Sanierung zu beheben, sondern potenzielle Gefahren bereits frühzeitig zu erkennen und dann eine Restrukturierung des Unternehmens bzw. im Rahmen der Organisationsentwicklung und des Changemanagements eine Anpassung der Strategien, Strukturen, Kulturen und Mitarbeiter vorzunehmen, damit die Krisenzeit möglichst schadlos durchgestanden werden kann oder das Unternehmen überhaupt gar nicht erst von einer Krise erfasst wird. Die FITNESS TRIBUNE ist eine zentrale Informationsplattform der Fitnessindustrie in Europa die von den wichtigsten Köpfen der Branche gelesen wird und daher gehört mein Fachartikel der über mögliche Risiken die diese Branche betreffen genau hier hin, damit jeder die Möglichkeit hat zu entscheiden, ob er vor der kommenden globalen Wirtschaftskrise besser informiert und vorbereitet sein möchte.

Eine neue Wirtschaftskrise wird kommen

Es gibt zahlreiche namhafte deutsche Ökonomen (u. a. Prof. Dr. Max Otte, Dr. Thomas Mayer, Dr. Markus Krall) oder renommierte Wirtschaftsinstitutionen (u.a. IWF, IfW) und Wirtschaftsexperten von Weltrang (darunter Nobelpreisträger für Wirtschaft der letzten 20 Jahre u. a. Joseph E. Stig-

litz, Bengt Holmström, Edward Prescott und Daniel McFadden) die zu der Überzeugung kommen, dass wir auf eine Wirtschaftskrise zusteuern, die erstens kaum mehr vermeidbar ist und zweitens in ihren Ausmassen die globale Finanzkrise die 2007 begann und sämtliche Krisen des vergangenen Jahrhunderts übersteigen wird. Die aktuelle Corona-Pandemie ist jedoch nicht die Ursache, sondern nur ein zusätzlicher Faktor, der die Entwicklung aber derart negativ beschleunigt, dass der Beginn der Rezession noch im vierten Quartal 2020, jedoch spätestens im ersten Quartal 2021 eintreten wird.

Bevor wir jedoch auf die wirtschaftlichen Aspekte der Krisenvorbereitung zu sprechen kommen, ist es unverzichtbar noch einmal auf das Coronavirus/COVID-19 einzugehen. Bereits jetzt sind viele Unternehmen betroffen, die entweder vollständig in China produzieren lassen oder auf Teile von dort angewiesen sind. Und da heute nicht nur in der Fitnessindustrie die Modelle der On-Demand- und Just-in-Time-Produktion und -Lieferung gängige Praxis sind, wird der Shutdown in China, sich bei nicht wenigen Unternehmen sehr deutlich in der Bilanzen für 2020 zeigen.

Millionen mögliche Tote

Worüber sich aktuell aber noch viel zu wenige Stake- und Shareholder der Fitnessindustrie Gedanken machen, sind die Folgen, die eine Ausweitung der Epidemie in Europa zur Folge haben könnte. Dabei geht es nicht nur um die Frage von Geschäftsunterbrechungen und Umsatzausfällen die zu berücksichtigen wären, sondern der kurz- oder im schlimmsten Fall sogar langfristige Wegfall von Kunden und Mitarbeitern. Eine Prognose die diesbezüglich zu denken geben kann, ist die Vorhersage von Deagel, welche bereits seit 2017 für heftige Diskussionen im Internet und den alternativen Medien sorgt und die angesichts von COVID-19 in einem neuen Licht erscheint. In der «List of Countries Forecast 2025» (#3 Deagel, 2017) wird für China eine Bevölkerung von «nur» 1'358'440'000 Menschen vorhergesagt, d. h. ein Minus von 21'560'000 Menschen bzw. «nur» -1,56%. Für Deutschland wird hingegen ein Rückgang auf gerade einmal noch 28'134'920 Einwohner, d. h. ein Minus von 52'455'080 Menschen bzw. -65,09%, und der Schweiz auf 5'342'540 Einwohner, d. h. Minus -2'897'460 Menschen bzw. -35,16% vorhergesagt. Die USA sollen nach Ansicht von Deagel bis 2025 ganze 69,02% ihrer Bevölkerung verlieren. Der Medizin-Professor und Inhaber des Lehrstuhls für Medizin im Bereich der öffentlichen Gesundheit an der medizinischen Fakultät der Universität von Hongkong Gabriel Leung stellt die Hypothese auf, dass selbst wenn die Sterberate von COVID-19 nur bei einem Prozent läge, es mehr als 45 Millionen Menschen töten könnte. Doch bereits Mitte Februar erklärte der Präsident des deutschen Robert-Koch-Instituts (kurz RKI, eine selbstständige deutsche oberste Bundesoberbehörde für Infektionskrankheiten und nicht übertragbare Krankheiten und zentrale Forschungs- und Referenzeinrichtung des BMG) Prof. Dr. Lothar Wieler, dass nach den Zahlenangaben der chinesischen Behörden die Sterblichkeit der in China erkrankten Menschen bei 2,2 Prozent liegen würde, was mehr als 100 Millionen Tote bedeuten könnte. Doch auch diese von den Chinesen veröffentlichten Zahlen werden von Experten angezweifelt, da in China ein grosses Chaos herrschen würde und es den Behörden daher unmöglich sei, alle genauen Zahlen zu erfassen. Nach den unbestätigten Meldung zu den realen Todeszahlen, die auf den chinesischen Milliardär Guo Wengui als Whistleblower von Informationen aus Krematorien in Wuhan und Insidern der Regierung zurückgehen, liesse sich hingegen eine Todesrate von weit über 3,33 Prozent und demnach 150 Millionen potenziellen Todesopfern errechnen. Wobei ▶

Anzeige

FUNCTIONAL EXPERIENCE

FREEMOTION

FREEMOTION – DIE PROFIS FÜR KABELZÜGE

Stehend und sitzend

Rollstuhl-Zugang

Unabhängige Armbewegungen

Zwei Gewichtstürme

TUM

www.tum-sports.com

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

die Tendenz weiter stark steigend ist, denn Experten äussern die Vermutung, dass die grosse Todeswelle erst noch kommen wird. Der Grund hierfür sei laut Warnung des Generaldirektors der WHO Ph.D. Tedros Adhanom Ghebreyesus, dass erstens zu erwarten ist, dass der Virus weiter mutieren wird und die Entwicklung eines zuverlässigen Impfstoffes daher mehr als 18 Monate dauern wird, statt 6 Monate wie bei normalen Grippeimpfstoffen. Zweitens die Forscher nun erkennen müssen, dass die Inkubationszeit nicht 14 Tage sondern mehr als 24 Tage betragen kann, der Virus bis zu 9 Tagen auf Oberflächen überleben kann, aufgrund seiner minimalen Grösse (0,08 bis 0,12 Micrometer/µm) normale Schutzmasken nutzlos sind (selbst die höchste Klasse von FFP3-Masken filtern nur bis 0,6 µm, dennoch empfiehlt das RKI eine dicht anliegende Atemschutzmaske der Schutzstufe FFP2, FFP3 oder Respirator #11) und noch nicht alle Übertragungswege bekannt sind. Drittens, und dies ist am furchterregendsten, gehen Forscher davon aus, dass bis zu 60 Prozent der Weltbevölkerung angesteckt werden könnten, wobei der Grossteil dies erst einmal überstehen wird, jedoch im Falle einer sehr wahrscheinlichen Neuinfektion, an tödlich Herzversagen sterben könnten, denn selbst wenn das Immunsystem mögliche Abwehrstoffe gebildet hätte, durch die im ersten Befall eingesetzten starken Medikamente der Herzmuskel so stark vorgeschädigt wäre, dass er die Belastung einer neuen Infektion nicht standhalten würde.

Und während China in Sachen Quarantäne beispiellos verfährt, sind solche Massnahmen nach der Meinung von besorgten Kritikern, im südlichen Asien, in Afrika, der arabischen Welt und selbst in Europa undenkbar, da es in diesen Gebieten teilweise weder die verbreitete Mentalität zum widerspruchslosen Gehorsam gegenüber den Behörden und dem Staat, effektiven Strukturen und Rechtsmittel oder selbst die politische Entscheidungsfähigkeit und ein kompromissloses Durchgreifen gibt, um solche Massnahmen erfolgreich durchzuführen. Durch die Durchlässigkeit der Grenzen würde eine Ausbreitung schneller als in China verlaufen. In Deutschland würde eine solche Anordnung, ganze Städte oder Landkreise abzuriegeln und die Menschen unter Hausarrest zu stellen, sicher erst über Tage in den Medien diskutiert über Wochen in der Politik verhandelt und am Ende über Monate oder Jahre vor Gericht blockiert werden und selbst dann wären weder Polizei noch Bundeswehr personell oder materiell dazu ausgerüstet diese Quarantänegebiete zu sichern, da sie sich eventuell dann noch mit den üblichen Anti-Demonstranten und Solidaritäts- bzw. Systemverweigerern auseinandersetzen müssten.

Drohende Insolvenz

Zurück zur rein wirtschaftlichen Betrachtung der bereits sehr lange vor COVID-19 prognostizierten neuen globalen Wirtschaftskrise. Aufgrund der mir bekannten Umstände komme ich zu einer Einschätzung, nach der eine grosse Zahl von Unternehmen, um nicht zu sagen die Mehrheit, vom Durchlaufen nahezu sämtlicher möglicher Unternehmenskrisen bis hin zur Insolvenz bedroht werden.

To-Do-Liste für Unternehmen

Jedes Unternehmen ist ein Einzelfall und benötigt daher selbstverständlich eine individuelle Strategie und einen spezifischen Notfallplan. Doch auch wenn keine Verallgemeinerungen möglich sind, gibt es einige Grundlegende Tipps, die jeder Unternehmer bedenken sollte:

1. Keine Schulden
Vermeiden Sie es unbedingt neue Schulden zu machen und tilgen Sie bestehende Schulden im höchstmöglichen Mass. Ist dies nicht realisierbar, dann versuchen Sie in den geringst möglichen Zinssatz, die längste Laufzeit und kleinste Monatsrate umzuschulden, bei der aber immer die Möglichkeit zur vorzeitigen Tilgung und kompletten Ablösung enthalten sein sollte. Wenn Sie Ihre Wohnimmobilie als Sicherheit hinterlegt haben, dann sollte Sie diese unbedingt frei bekommen. Und alle die ein Unternehmen als Privatpersonen führen, sollten unbedingt darüber nachdenken in eine haftungsbeschränkte Form zu wechseln, wobei dies jedoch nur dann Sinn macht, wenn Sie diese nicht als Privatperson mit einer Bürgschaft besichern müssen.

2. Keine Expansion
Verschieben Sie eine mögliche Geschäftserweiterung, insbesondere in neue Unternehmensfelder. Überlegen Sie sich die Anschaffung neuer Geräte und Fahrzeuge genau. Leasingverträge sollten eine kurze oder jederzeit kurzfristig kündbare Laufzeit aufweisen. Ebenfalls muss die Neueinstellung von unbefristetem Personal genau bedacht werden, wenn Sie als Arbeitgeber nicht unter die Kleinbetriebsklausel fallen, d. h. mehr als 10 Mitarbeiter beschäftigen (§ 23 Abs. 1 S. 3 KSchG). Wenn neues Personal unabdingbar ist, dann sollten diese nur mit Befristung von maximal einem Jahr erfolgen, z. B. mit dem Sachgrund das die Befristung zur Erprobung erfolgt (vgl. § 14 Abs. 1 Satz 2 TzBfG).

3. Verträge loswerden
Kündigen Sie möglichst sämtliche entbehrlichen langfristigen Verträge. Gehen Sie hier kompromisslos vor und behalten nur, was absolut notwendig für die Existenz des Unternehmens ist. Langfristige Lieferverträge mit Abnahmequoten und etwaigen Strafzahlungen müssen unbedingt in freie On-Demand-Lieferungen umgewandelt werden, selbst wenn dies kurzfristig teurer ist. Ihr wichtigstes Ziel ist jedoch Ihre Liquidität zu behalten und dies bedeutet sämtliche Schuldverhältnisse (vgl. § 241 Absatz 1 BGB) zu vermeiden, die Sie in einer Krise schnell in eine drohende Zahlungsunfähigkeit und damit Pflicht zur Abgabe eines Insolvenzantrages zwingen könnten.

Bei Versicherungen ist allerdings Vorsicht geboten, Sie sollten hier ein Blick in die AGB bzw. AVB werfen. Wenn Sie zum Beispiel eine Betriebsunterbrechungsversicherung bzw. Ertragsausfallversicherung haben, sollten Sie nachschauen ob neben einer (Virus-) Pandemie auch eine Wirtschafts- bzw. Finanzkrise oder etwa Plünderungen vom Leistungsumfang erfasst sind. In den meisten Fällen ist dies nicht der Fall. Es lohnt sich jedoch eine wirkliche All-Risk-Betriebsunterbrechungsversicherung zu suchen bei der damit explizit auch Ertragsausfälle nach Schliessung des Betriebes durch eine Behörde auf Grundlage des Infektionsschutzgesetzes oder jegliche nationale oder internationale Krise enthalten sind.

4. Jetzt aufs Kerngeschäft reduzieren
Fokussieren Sie Ihre Unternehmensstrategie und die gesamte Energie ausschliesslich auf das Kerngeschäft bzw. auf den Bereich, welcher u. a. die höchste Nettorendite, geringste Fremd- bzw. Zulieferabhängigkeit und sicherste Umsatzquelle bei einem Marktzusammen-/Kundeneinbruch garantiert. Beharren Sie nicht auf Beständigkeit, hängen an alten Zöpfen oder fürchten sich davor Kunden zu verlieren. Denken Sie daran, dass es um das Überleben Ihres Unternehmens geht und dass nach durchstandender Krise wieder der Aufschwung kommen wird und Sie dort gegenüber anderen, die aufgrund mangelnder Vorbereitung nicht überlebt haben, zu neuer und grösserer Blüte anwachsen werden.

5. Investieren Sie in Sachwerte
Sollten Sie grössere liquide Mittel haben, dann investieren Sie diese in dauerhafte Sachwerte, die Ihnen erstens in der Krise von nutzen sein oder über die Krise hinaus Ihren Wert behalten oder sogar noch steigern könnten. Denken Sie dabei jedoch nicht nur an die Erfahrungen der Vergangenheit oder Jetztzeit, sondern stellen Sie sich vor, wie Ihr Markt bzw. die Situation Ihrer Mitbewerber und die Bedürfnisse der Kunden nach der Krise aussehen werden.

6. Sorgen Sie für eine Rücklage an Bargeld
Ein sehr wichtiger Punkt ist neben der Werterhaltung Ihres (Unternehmens-)Vermögens, die Erhaltung Ihrer Handlungsfähigkeit. In der Griechenlandkrise hat sich gezeigt, wie schnell eine Begrenzung der Bargeldauszahlung erfolgte. Und aus der Geschichte wissen wir, dass eine Hyperinflation und ein Strudel der dramatischsten Geldentwertung zu einem kompletten Währungsende führen kann. Auch im aktuellen Krisenszenario sprechen die oben genannten Experten von der Möglichkeit des Endes des Euros. Nicht umsonst verzeichnen die Preise für Edelmetalle derzeit immer neue Allzeitrekorde. Es ist daher dringend angeraten diverse Möglichkeiten der Liquidität zu behalten, d. h. z. B. einen Teil in Edelmetallen, einen Teil in Bargeld (inkl. sichere Fremdwährungen) und einen kleinen Teil in Euro zu behalten. Auf jeden Fall raten Experten dazu möglichst wenig Geld auf den Konten zu belassen und auf keinen Fall alles in Krypto-Währungen zu verschieben. Das die Aktienmärkte zusammenbrechen und dem dort geparkten Geld der Komplettverlust droht, wenn es nicht gerade krisensichere Werte bzw. Unternehmen sind und die Aktien bis weit nach der Krise unangetastet im Depot verbleiben können, bis sie wieder den Wert erreicht haben, sollte ebenso klar sein. Und die Flucht in Immobilien macht auch nur Sinn, würden Sie diese ohne Fremdfinanzierung erwerben und die ebenso in der Krise weiterlaufenden Kosten zu deren Instanthaltung aus eigenen Mitteln bestreiten können und dies selbst dann, wenn keine Mieteinnahmen fliessen, d. h. diese bestenfalls zur Kosteneinsparung unvermietet blieben.

7. Bilden Sie ein Netzwerk
Das wichtigste in der Krise ist, ein solides und vertrauenswürdiges Netzwerk zu haben. Dies beinhaltet alle Bereiche und insbesondere die Versorgung mit dem Notwendigsten oder der Hilfe bei dringenden Gefahren. Überlegen Sie jedoch genau, wer Ihnen helfen und wer hingegen nur eine Last für Sie sein könnte bzw. wer sie eventuell sogar hintergehen, ausnutzen oder sogar zu schlimmeren fähig wäre. Es heisst nicht umsonst, dass man in der Krise unter seinen besten Freunden die wahren Feinde finden kann.

8. Krisenkommunikation
In der Krise spielt die Kommunikation eine extrem wichtige Rolle. Dies gilt sowohl für die externe wie auch die interne Kommunikation. Sie müssen darauf vorbereitet sein und einen vorbereiteten Kommunikationsplan haben. Dabei müssen Sie jedoch unbedingt bedenken, dass grundsätzlich für die externe und interne Krisenkommunikation die gleichen Grundregeln gelten.

Fazit

Weder wird die Welt untergehen noch die Menschheit aussterben. Auf freien Märkten erfolgt die Ökonomie in Zyklen und daher kann es per Definition niemals nur Aufschwung oder Hochkonjunktur geben. Auf der anderen Seite folgt nach jeder Rezession und Depression immer wieder eine Expansion. Aus diesem Grund geht es nicht darum irgendwelchen Endzeitpropheten, Sektierern oder Extremisten nachzueifern und zum Prepper oder zum Gegner des Gedanken einer gemeinsamen freien Menschheitsfamilie zu mutieren, sondern es geht darum, sich auf eine mit nicht geringer Wahrscheinlichkeit eintretende sehr schwierige Wirtschaftslage einzustellen, um so für die Familie und Angehörigen sowie die Menschen und Unternehmungen für die wir (Mit-)Verantwortung tragen eine bestmögliche Vorsorge zu treffen. Abschliessend kann ich daher nur wieder einmal einen meiner dauernden Appelle als Turnaroundmanager wiederholen: «Unwissenheit schützt vor Strafe nicht und Dummheit nicht vor Insolvenz!» Seien Sie also bitte klug und nutzen die Chance sich jetzt umfassend zu informieren und vorzubereiten.

Am Ende möchte ich jedoch darauf hinweisen, dass das Leben im Hier und Jetzt weiter geht und auch Experten sich irren könnten, was ich persönlich zwar hoffe, jedoch nicht glaube. Wenn Sie also Vorbereitungen treffen, dann gehe Sie mit Bedacht vor und vermeiden extreme oder panische Reaktionen.

Anmerkung der Redaktion: Dieser Artikel wurde vom Autor Mitte Februar 2020 geschrieben. Die Entwicklung des Corona Virus ändert sich permanent.

Der Artikel ist gekürzt. Den ganzen Artikel finden Sie auf unserer Webseite www.fitnesstribune.com oder können ihn mit folgendem QR-Code herunterladen.

Quellen

1. KenFM: Positionen 20: Der grosse Finanz-Crash — Das Ende der Demokratie. https://www.youtube.com/watch?v=KtGz4-W3twk
2. Otte, Max: Weltsystemcrash. FinanzBuch Verlag, München 2019, ISBN 978-3-95972-282-7.
3. http://www.deagel.com/country/forecast.aspx

Die weiteren Quellenangaben und Literaturtipps können unter info@fitnesstribune.com angefordert werden oder sind in der langen Version des Artikels ersichtlich. ■

Dr. Kai Pauling
ist Dozent und unabhängiger Experte für Sport Management und Business Administration, insbesondere eFitness, Gesundheitsmanagement (BGM) und betriebliche Gesundheitsförderung (BGF), Change-/Turnaroundmanagement und Unternehmensführung/Personalentwicklung. Als privater Fitnessinvestor und persönlicher Business Angel unterstützt er Entrepreneurs bei der Realisierung ihrer Geschäftsidee. Gründer*innen im Personal Training, eSports und eFitness, mit Mikrostudio/Boutique-Konzepten, beim Franchiseaufbau sowie aus allen anderen Bereichen des Sport-, Fitness- und Gesundheitsmarktes können ihn gerne persönlich kontaktieren:
kai.pauling@sporting-expert.com

Krafttraining ist nicht gleich Krafttraining

Eine Analyse des funktionellen und traditionellen Widerstandstrainings

Widerstandstraining, auch als Krafttraining bekannt, ist jene Form der körperlichen Betätigung, die Muskelkontraktionen induziert und Kraft, anaerobe Ausdauer und Muskelwiderstand aufbaut.

Im Grossen und Ganzen umfasst der Begriff «Widerstandstraining» all jene Übungen, bei denen sich der Körper gegen einen Widerstand bewegt. Ebenso ist «Widerstand» jedes Objekt, das die Ausführung einer Bewegung erschwert.

Angesichts des breiten Charakters des Widerstandstrainings ist die eigentliche Frage nicht, ob man es tut, sondern wie und zu welchem Zweck. Je nach dem welches Ziel erreicht werden soll, sei dies Muskelaufbau oder Muskeldefinition, müssen andere Übungen durchgeführt werden, die unterschiedliche Hilfsmittel erfordern.

Skilltools: Freies funktionelles Training wird durch den Einsatz von Tools noch effizienter.

Unterschiedliche Widerstände für unterschiedliche Ziele

Die verschiedenen Arten von Widerständen können grob in drei Kategorien eingeteilt werden: Konstante, variable und viskose Widerstände.

Konstante Widerstände bleiben, wie der Name schon sagt, während der gesamten Übung konstant und werden weder von der Geschwindigkeit noch der Position oder Bewegung des Körpers beeinflusst. Dies ist zum Beispiel bei Körpergewichtsübungen und

Plate Loaded Geräte trainieren gezielt einzelne Muskelgruppen, bieten aber das authentische Gefühl des Gewichthebens.

Gewichtheben der Fall.

Gegenteilig dazu ändern sich variable Widerstände wie elastische oder pneumatische Widerstände in Bezug auf den Bewegungsumfang und die Position des Körpers. Tatsächlich kann man sich leicht vorstellen, dass ein Elastik seinen Widerstand je nach Dehnung ändert.

Viskose Widerstände werden von der Geschwindigkeit, dem Drehmoment und der Beschleunigung einer Bewegung beeinflusst. Das perfekte Beispiel für einen viskosen Widerstand ist Wasser: Je schneller die Beschleunigung der Bewegung, desto stärker ist der Widerstand des Wassers.

Mit verschiedenen Widerständen zu trainieren bedeutet, verschiedene Ziele zu verfolgen. Tatsächlich wird das Widerstandstraining für verschiedene Zwecke eingesetzt. Beim sportspezifischen Leistungstraining werden zum Beispiel Bewegungsabläufe, die ein Athlet regelmässig ausführt, mit zusätzlichem Widerstand erschwert, um so entweder Ausdauer oder Kraft zu entwickeln. Bodybuilder hingegen konzentrieren sich auf Gewichtheber-Übungen und damit auf konstante Widerstände, um Muskelmasse aufzubauen.

Skillmill: Zusätzlicher Widerstand beim Laufen, Gehen oder Sled Push maximiert die Muskelaktivierung und erhöht den Trainingseffekt

BioCircuit: Für ein umfassendes, effizientes Ganzkörpertraining sind Zirkeltrainings hervorragend geeignet.

Die Barrieren durchbrechen: Traditionelles vs. funktionelles Widerstandstraining

Vorteile und Grenzen des Widerstandstrainings

Regelmässiges Widerstandstraining bietet kurz-, mittel- und langfristig eine Reihe von Vorteilen für Körper und Geist. Mit Widerstandstraining wird Ihr Körper stärker, schlanker und fitter. Je nach Programm wird der Grad des Muskelaufbaus, der Körperstraffung und der Muskeldefinition jedoch sehr unterschiedlich sein.

Wissenschaftlich belegt: Widerstandstraining hält körperlich und geistig gesund

Ausserdem hat sich gezeigt, dass das Widerstandstraining auch die psychische Gesundheit verbessert. Nach Angaben der American College Health Association führen kleine Trainingseinheiten zu einer deutlichen Verringerung von Stress, Depressionen, Angst und Unzufriedenheit mit dem körperlichen Erscheinungsbild.

Dennoch zeigen hauptsächlich Frauen immer noch Hemmungen, Widerstandstraining zu betreiben. Vor allem jüngere Frauen verbinden Widerstandstraining insbesondere mit übermässiger Ermüdung, Muskelkater und der Angst, zu männlich zu erscheinen oder zu werden.

Diese Abneigung gegen das Widerstandstraining rührt wahrscheinlich von der allgemeinen Kenntnis dessen her, wofür diese Art von Training steht. Tatsächlich ist Krafttraining in den meisten Fällen eng mit dem Gewichtheben verbunden.

Dieses Missverständnis und Vorurteil hindert viele Menschen daran, sich mit anderen Zweigen des Widerstandstrainings zu beschäftigen, zum Beispiel dem funktionellen Training.

Dabei werden nicht einzelne Muskeln oder Muskelketten, sondern Bewegungen trainiert. Damit ist es eine alltagsrelevante und Sportarten-übergreifende Trainingsform, bei der auf harmonische Weise Muskelmasse entwickelt wird.

Studien belegen, dass gerade Frauen funktionelles Training traditionellem Widerstandstraining vorziehen, was zu einer höheren Akzeptanz und Aufrechterhaltung des Widerstandstrainings im Allgemeinen führen kann. Interessanterweise verringern beide Trainings, unabhängig von der persönlichen Präferenz, das unmittelbare Niveau von Angst und Stress.

Kinesis: Wer auch beim funktionellen Training nicht auf Führung verzichten möchte, setzt auf Seilzug-Geräte mit 360° Bewegungsfreiheit.

Das neue Solarium-Gesetz betrifft auch Sie als Centerbetreiber

Der Bundesrat hat Ende Februar 2019 die V-NISSG verabschiedet (Verordnung, die das neue Solariumgesetz beinhaltet). Die Verordnung und das Gesetz sind seit 1. Juni 2019 in Kraft. Die V-NISSG schafft die Rechtsgrundlage, dass kantonale Vollzugsorgane künftig vor Ort in den Betrieben kontrollieren können, ob die Betreiber die neu festgelegte Solariennorm einhalten.

Nebst Fitnesscentern, gelten Schwimmbäder und Hotels mit Solarien als Selbstbedienungs-Solarium und sind ebenfalls von der V-NISSG betroffen. Es gilt eine Übergangsfrist von einem Jahr nach dem Inkrafttreten der V-NISSG.

Was ist zu tun?

Die Betreiberin oder der Betreiber von Selbstbedienungssolarien darf nur Solarien des UV-Typs 3 zur Verfügung stellen. Aufgrund dieser Verordnung ergeben sich drei Varianten:

- Umrüstung der Geräte
- Neugeräte
- Stilllegung der Geräte

Bei der Umrüstung der Geräte ist zu beachten, dass jedes Gerät ein entsprechendes Zertifikat benötigt und auf Typ 3 Röhren umgerüstet werden muss (Achtung: Nicht zu verwechseln mit EU-Röhren 0,3 W/m²).

Keine Nutzung für Minderjährige

Um Personen unter 18 Jahren von der Solariennutzung abzuhalten, ist eine Alterskontrolle der Nutzerinnen und Nutzer nötig. Bei unbedienten Solarien ist zu diesem Zweck eine technische Lösung erforderlich. Damit für diese Umrüstung genügend Zeit zur Verfügung steht, sieht die V-NISSG eine verlängerte Übergangsfrist vor. Solarien müssen demzufolge bis spätestens zum 1. Januar 2022 so eingerichtet und betrieben werden, dass sie von Personen unter 18 Jahren nicht genutzt werden können.

Bestrahlungsplan & Informationspflicht

Die Betreiber müssen den Nutzern einen Bestrahlungsplan abgeben. Sie müssen Solarien so einrichten, dass diese gemäss den Vorgaben des Bestrahlungsplans eingestellt und betrieben werden können. Des Weiteren müssen die Geräte gesetzeskonform gekennzeichnet werden und die Nutzer mittels Plakaten über Risiken aufgeklärt werden.

Zusammenfassung

- Frist läuft für die Umrüstung bis Juni 2020
- Geräte müssen zertifiziert werden
- Ein Bestrahlungsplan für die Kunden gehört dazu, muss am Gerät gut sichtbar ange¬ bracht sein
- Handzettel zur Selbstverantwortung und Selbsteinschätzung muss zur Mitnahme ausliegen
- Schutzbrille muss vorhanden sein
- Verbot für unter 18-Jährige wird erst ab 1/2022 in Deutschweizer Kantonen erwartet

Deutsche Krebshilfe fordert Solariumverbot – und die Schweiz?

In Deutschland verlangt die Krebshilfe ein generelles Verbot von Solarien. Die Forderung entfacht nun auch in der Schweiz wieder die Diskussion um ein Verbot.

Gemäss Experten ist ein generelles Verbot nicht sinnvoll. Es ist ja immer dieselbe Frage: «Wie viel und wie oft?» Im Gegensatz zur Natursonne werde bei Solarien sehr kontrolliert besonnt. Zudem: Heute sei der Besuch im Solarium — im Gegensatz zu den 1990er-Jahren — nicht nur ein Mittel um sich zu bräunen, sondern auch um beispielsweise einen Vitamin-D-Mangel zu beheben.

Experten, Hersteller und der Solarienverband Photomed erachten es als sehr unwahrscheinlich, dass in Deutschland und in der Schweiz ein solches Gesetz auch nur den Hauch einer Chance hätte.

Anzeige

CYCLING EXPERIENCE

LESMILLS

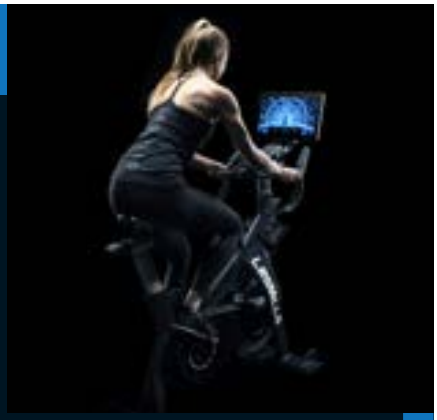
VIRTUAL BIKE

Les Mills ist Partner des Indoor-Cycling Spezialisten Stages

Die beliebten Programme jetzt als Einzeltraining auf der Cardiofläche

Schlagen Sie die Brücke von Groupe-Fitness zu Cardio

Motivierte Kunden bleiben länger



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

myzone®

ASSOCIATE MEMBER OF THE YEAR
IHRSA
Success By Association®
2018

Scan QR code to learn more

Mehr Spaß für Ihren Club: Ihre Kunden werden Sie dafür lieben!

Myzone ist eine führende Wearable und Technologie-Lösung - entwickelt speziell für die Fitnessindustrie. Myzone hebt das Gruppenerlebnis auf ein neues Level und bietet dem Club durch Features wie Challenges, Persönliche Ziele und Online Social Community wertvolle Informationen und sorgt für rießigen Spass bei den Mitgliedern!

Vorteile von MYZONE

- Ergebnisse, denen Ihre Mitglieder mit **99,4%** EKG-Genauigkeit vertrauen können.
- Maximale Flexibilität durch Verbindung zu Sportgeräten anderer Anbieter und weiteren Wearables.
- Kunden können ihre Leistung in Echtzeit verfolgen - auf ihrem Smartphone oder den Monitoren im Fitness Club.
- Mit Myzone sammeln Ihre Mitglieder Punkte, erringen in Ranglisten einen Status und treten mit ihren Freunden in sportlichen Wettbewerb.
- Durch attraktive In-App Features erweitern Sie Ihre Community - für mehr Interaktion und Motivation außerhalb des Fitness Clubs.

BLEIBEN SIE AM PULS DER ZEIT!

@myzonemoves | #myzonemoves | #myzonecommunity

Mehr Informationen unter myzone.org oder deutschland@myzone.org
Besuchen Sie uns auf der FIBO in Halle 7 Stand A76

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

Soul, electrified.
Der neue Porsche Taycan.

«Was 1898 als elektrisierende Vision von Ferdinand Porsche begann, findet in der Imposanten E-Performance des neuen Taycan seine Vollendung.»

Der erste vollelektrische Porsche mit der unverkennbaren Porsche DNA signalisiert, dass ein neues automobiles Zeitalter begonnen hat. Der Porsche Taycan präsentiert einen neuen Herzschlag, seine Seele aber verkörpert alle Traditionen aus 70 Jahren Porsche.

Mit über 500 Gästen durfte das Porsche Zentrum Zürich Ende Februar eine spektakuläre Markteinführung feiern. Um die gesamte Breite der Elektromobilität aufzuzeigen, wurde das Porsche Zentrum Zürich am Standort Schlieren in eine riesige Elektrowelt umgewandelt. Als Highlight folgten zwei aussergewöhnliche Fahrzeugpräsentationen mittels einer Hologramm Show. Der erste vollelektrischer Sportwagen begeisterte dabei nicht nur technologisch und fahrdynamisch, sondern steht genauso wie seine legendären Vorgänger vor allem für die Faszination Sportwagen. Geprägt ist der Taycan von den Merkmalen, die schon immer für jeden Porsche massgeblich waren: Pure Emotion und maximaler Fahrspass.

Das Herz elektrisch, die Seele Porsche

Die viertürige Sportlimousine schnürt ein einzigartiges Paket aus Porsche-typischer Performance, Konnektivität und vollumfänglicher Alltagstauglichkeit. Der Taycan ist das erste Serienfahrzeug, das mit einer Systemspannung von 800 Volt anstatt der bei Elektroautos üblichen 400 Volt antritt. Davon profitieren Taycan-Fahrer insbesondere unterwegs: In gut **fünf Minuten** ist mit Gleichstrom (DC) im Schnellladenetz Energie für **bis zu 100 Kilometer** Reichweite (nach WLTP) nachgeladen. Die Ladezeit für fünf bis 80 Prozent SoC (State of Charge/Batterieladung) beträgt bei Idealbedingungen 22,5 Minuten, die maximale Ladeleistung (Peak) 270 kW.

Puristisch, expressiv, zeitlos. Drei Attribute, die jeden Porsche beschreiben. Von aussen ist dieser Porsche schnell als solcher zu erkennen: Mit einer dynamischen, flachen Flyline und herausgestellten Kotflügeln.

Aber auch nachdem Sie eingestiegen sind, kommt ein vertrautes Gefühl auf. Dann der erste Tritt aufs Pedal — und es offenbart sich die Porsche Seele des Taycan. Der erste vollelektrische Porsche beschleunigt auf den ersten Metern schneller als ein Fallschirmspringer im freien Fall.

Lassen auch Sie sich elektrisieren und entdecken Sie den Porsche Taycan bei uns im Porsche Zentrum Zürich.

PORSCHE

Porsche Zentrum Zürich

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

Taycan 4S

Bis zu 571 PS
650 Nm
463 km Reichweite
0-100km/h in 4,0 sek
93,4 kWh Batteriekapazität
Ab CHF 135'700.00

Taycan Turbo

Bis zu 680 PS
850 Nm
450 km Reichweite
0-100km/h in 3,2 sek
93,4 kWh Batteriekapazität
Ab CHF 194'900.00

Taycan Turbo S

Bis zu 761 PS
1'050 Nm
412 km Reichweite
0-100km/h in 2,8 sek
93,4 kWh Batteriekapazität
Ab CHF 237'500.00

Professionelle Kundenbindung im Fitnesscenter

Wie Sie Neukunden langfristig und effektiv binden können

Viele Deutsche, Schweizer und Österreicher melden sich im Laufe ihres Lebens in einem Fitnesscenter an, mit dem Vorsatz, ihre Gesundheit und ihr allgemeines Wohlbefinden zu steigern und womöglich etwas Gewicht zu verlieren. Bei einem Grossteil der Neukunden nimmt nach der anfänglichen Motivation die Trainingshäufigkeit nach den ersten Wochen und Monaten merklich ab. Um zu verhindern, dass diese Mitglieder nicht in den Karteien der Fitnesscenter verschwinden und sich nach einer gewissen Zeit wieder abmelden, können einige Praxis-Tipps helfen.

Mit jeder Menge Motivation starten Neukunden ins Training und schliessen eine Studio-Mitgliedschaft ab. Die Neumitglieder erscheinen regelmässig zum Training und absolvieren begeistert ihr Workout und die Trainer sowie das Servicepersonal sind gefragte Unterstützer. Doch nicht allen Studios gelingt es, diese Mitglieder langfristig zu begeistern und sie so an das Unternehmen zu binden. Die Gründe dafür sind vielfältig und nicht nur in der abnehmenden Trainingsmotivation zu sehen. Den Unternehmen gehen dadurch in den Folgemonaten nicht nur Kunden, sondern vor allem auch wertvoller Umsatz verloren, wenn die Mitglieder nicht vom Studio- und Betreuungsangebot überzeugt werden.

Rechenbeispiel:
Bei 1'500 Mitgliedern und einem Beitrag von 50 Schweizer Franken pro Monat bringt eine Verbesserung der Kundenbindung um fünf Prozentpunkte einen jährlichen (Mehr-) Umsatz von 45'000 Schweizer Franken. Oder andersherum gesagt: Wenn nur 30 Ihrer Neukunden ihren Erstvertrag (Laufzeit sechs Monate) nicht verlängern, weil Sie sie in dieser Zeit nicht überzeugt haben, gehen Ihnen für das laufende Geschäftsjahr nicht nur mindestens 9'000 Schweizer Franken, sondern auch Ihr wertvollstes Marketinginstrument verloren, denn zufriedene Kunden sind immer noch die beste Werbung für Ihr Unternehmen.

Der erste Eindruck zählt

Für den ersten Eindruck gibt es bekanntlich keine zweite Chance. Gerade neue Mitglieder sind sehr sensibel und deutlich kritischer. Betreiber sollten daher ein besonderes Augenmerk auf die Betreuung legen. Es gilt, die Trainer und das Servicepersonal für die im Folgenden erläuterten erfolgskritischen Aspekte zu sensibilisieren, da sonst wertvoller Umsatz verloren geht und später noch mehr Geld in die erneute Kundenakquise investiert werden muss.

Nach der «Stages of Change Theorie» (vgl. Prochaska & DiClemente, 1992; Prochaska, DiClemente, & Norcross, 1992) dauert die Eingewöhnungsphase ungefähr sechs Wochen. Über diese Zeit gilt es, die Kunden intensiv zu begleiten und vom eigenen Leistungsangebot und der Betreuung voll zu überzeugen. Qualifizierte und empathische Trainer, die nicht nur als Lehrer, sondern als Motivatoren fungieren, sind einer der zentralen Erfolgsfaktoren, um in dieser entscheidenden Phase bei den Kunden zu punkten (vgl. Middelkamp, Wolfhagen & Steebergen, 2013).

Aber welche konkreten Massnahmen lassen die Drop-out-Rate sinken und sorgen für eine bessere Kundenbindung?

Die Bedürfnisse der Kunden fest im Blick

Ein zentraler Beweggrund, weshalb sich Neumitglieder für ein Training im Fitnessstudio entscheiden, ist die individuelle Betreuung. Häufig haben der Trainer, der Berater oder das Marketing diese beim Verkaufsgespräch angepriesen, aber wird das Versprechen auch tatsächlich eingehalten?

Dieses Versprechen sollte das Studio definitiv erfüllen und die Kundenerwartungen bestenfalls sogar übertreffen. Jedes Neumitglied sollte (je nach Studiokonzept) zu Beginn mit fünf Terminen ausgestattet werden, die im Idealfall durch denselben Trainer bzw. Ansprechpartner durchgeführt werden:

- Check-up
- Geräteeinweisung
- Kurstermin
- Gruppenworkout auf der Fläche (funktionelles Training)
- eigenständiges Training

Der persönliche Kontakt kann hier sehr viel bewirken. Eine hohe Mitarbeiterfluktuation und ständig wechselnde Ansprechpartner sind Punkte, die es (wenn möglich) zu vermeiden gilt. Selbst wenn ein Kunde nicht alle fünf Termine benötigen sollte, ist es sinnvoll, diese individuell festzuhalten. Denn jeder fixe Termin steht indirekt für eine «Verabredung», die mit einer gewissen Verbindlichkeit gekoppelt ist. Diese Verbindlichkeit, in Kombination mit dem intrinsischen Antrieb des Kunden, gilt es zu nutzen und dem Neumitglied auf den ersten Schritten zur langfristigen Bindung an das Studio zu helfen.

Setzen Sie SMARTe Ziele und machen Erfolge sichtbar

Ohne ein bestimmtes Ziel sind die Neumitglieder häufig orientierungslos. Mit SMARTen Zielen werden sie fokussierter, ziehen das Training präziser durch und lassen sich nicht so schnell davon abbringen. Die SMART-Formel steht für:

Spezifisch **M**essbar **A**ttraktiv **R**ealistisch **T**erminiert

Die mit dem Trainer formulierten Ziele sollten am besten schriftlich festgehalten werden. Hier können Studios heute (dank digitaler Unterstützung) Ziele und auch die entsprechenden Erfolgsergebnisse jederzeit nachvollziehbar und abrufbar machen, was für zusätzliche Motivation sorgt.

Steuern Sie dem Motivationsloch gegen

Wenn die ersten Trainingstermine gut laufen und sich kleine Erfolge einstellen, ist die Begeisterung beim Kunden hoch. Ihm fällt es leicht, regelmässig zum Training zu erscheinen. Schwieriger wird es, wenn die Euphorie nachlässt, Erfolge ausbleiben und die Leistung stagniert. Ablenkungen spielen eine weitere Rolle: Lustlosigkeit macht sich breit und andere Termine haben Priorität. Kurzum: Das Neumitglied ist in das Motivationsloch gefallen (vgl. Abb. 1).

Abb. 1: eigene leicht modifizierte Darstellung nach Kotler et al. (2017)

Der Trainer sollte jedem Neueinsteiger die Entstehung eines Motivationslochs und die mit dem Workout verbundenen Anpassungsprozesse erklären. Es ist völlig normal und menschlich, dass so etwas passiert — die Frage ist, wie man damit umgeht. Wichtig für die Motivation in den ersten Wochen ist das Erzielen von sichtbaren und „leichten" Erfolgen. Regelmässiges Training ist häufig bereits eine Leistung — hier ist das Loben der Mitglieder von grosser Bedeutung. Sich wohlfühlen und mehr Energie haben sind weitere positive Effekte, die sich einstellen. Hier gilt es, das regelmässige Gespräch zu suchen und genau diese Themen aufzugreifen. Das spornt an, hilft über das Motivationsloch hinweg und schafft gleichzeitig eine kundenorientierte Atmosphäre.

Behalten Sie den Überblick und motivieren Sie gezielt

Durch zwei einfache Massnahmen können die Kunden unterstützt werden, um den Trainingsanschluss nicht zu verlieren:

Ein detailliertes Mitgliedermanagement kann helfen, den Überblick zu behalten. Viele Kunden, neue Gesichter und jede Menge Termine müssen gemanagt werden. Je präziser das eigene Mitgliedermanagement, umso eher können Sie individuell auf die einzelnen Kunden eingehen, deren Trainingshäufigkeit dokumentieren und bei Bedarf nachfassen.

Sofern dieses Monitoring effektiv und tagesaktuell gepflegt und analysiert wird, können analoge Abwesenheitslisten oder automatische digitale Hinweise direkt Auskunft darüber geben, welche Neukunden seit längerem (zwischen 14 und 30 Tagen) nicht im Studio waren. So können Sie sich wieder ins Gedächtnis bringen, direkt mit dem Mitglied kommunizieren und

Kundennähe bzw. Wertschätzung zeigen — vorausgesetzt Sie mahnen und belehren nicht, sondern treffen den Nerv und den persönlichen Ehrgeiz des Kunden, damit er den «inneren Schweinehund» selbst überwindet und den Weg aus dem Motivationsloch meistert. Je grösser die Trainingshäufigkeit, desto geringer die Wahrscheinlichkeit eines vorzeitigen Dropouts. Aber Vorsicht: Viel hilft nicht immer viel.

Moderates Training: der Schlüssel zum Erfolg

Das Adjektiv «moderat» bedeutet «in Massen», «zurückhaltend» oder «angemessen» und genauso sollten die ersten Trainingseinheiten gestaltet werden. Das Motto «viel hilft viel» bringt nicht zwangsläufig den gewünschten Erfolg. Das Gegenteil ist häufig der Fall. Übertraining kann demotivieren und ist im schlimmsten Fall mit einer Zwangstrainingspause verbunden. Dies gilt es, als professionell agierendes Studio durch eine zielgerichtete Betreuung zu verhindern. Ein guter Trainer steuert die Belastung moderat und passt diese in regelmässigen Abständen an, um den Kunden in der Eingewöhnungsphase langsam an das Training heranzuführen. So kann ein frühzeitiger Dropout verhindert und dem Kunden mehr Sicherheit vermittelt werden.

Fazit

Jedes Fitnessunternehmen ist auf eine professionelle Kundenbindung angewiesen und die Konkurrenz ist gross — umso wichtiger ist es deshalb, Kunden langfristig zu begeistern und zu überraschen. Hier sind alle Mitarbeiter gefordert, dafür zu sorgen, dass die Neukunden nicht nach drei bis sechs Monaten den Weg zurück auf die heimische Couch einschlagen. Je zeitiger sich das gesamte Unternehmen um diese Mitglieder kümmert und die wesentlichen «Knackpunkte» der Neukundenbindung beherzigt, desto grösser ist die Chance, möglichst viele Neukunden zu loyalen Fans und Stammkunden zu machen. Neben allen anderen Managementaufgaben sollten genau diese grundlegenden Verhaltensweisen in den Fokus gerückt werden. Ihre Neukunden werden es Ihnen danken.

Auszug aus der Literaturliste

- Kotler, P., Keller, K. L. & Bliemel, F. (Hrsg.) (2007). Marketing-Management: Strategien für wertschaffendes Handeln (12. aktualisierte Auflage). München: Pearson Education.
- Middelkamp, J., Wolfhagen, P. & Steebergen, J. (2013). Kundenbindung in Fitnessclubs. Praktische Hilfsmittel zur Kundenbindung für Manager. Den Bosch: Black Box Publishers.
- Prochaska, J. O. & DiClemente, C. C. (1992). Stages of change in the modificationof problem behaviors. In M. Hersen, R. M. Eisler & P. Miller (Eds.), Progress on behavior modification (pp. 184—214). Sycamore: Sycamore-Press.

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

Niko Russ

Niko Russ verfügt über ein Studium der Fitnessökonomie an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG). Er ist seit 16 Jahren in der Fitnessbranche mit den Themengebieten Sales, Marketing und Kundenbindung tätig. Als freiberuflicher Berater unterstützt er Fitnesseinrichtungen in diesen Themen. Er ist als Autor und Dozent sowohl für die BSA-Akademie als auch für die DHfPG tätig.

www.dhfpg-bsa.de

NEUE Homepage online!

JETZT IMMER UP TO DATE

www.all-stars-products.ch

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

www.all-stars-products.ch

Nebenberuflich weiterbilden in Österreich

Wer seine Mitarbeiter auf besondere Aufgaben im Unternehmen spezialisieren oder Quereinsteigern den nebenberuflichen Start in der Branche ermöglichen möchte, für den eignen sich die mehr als 70 staatlich geprüften und zugelassenen Lehrgänge der BSA-Akademie. Folgende anerkannte Qualifikationen werden derzeit am Lehrgangszentrum in Wien angeboten:

- 17.06.—19.06.2020 Fachkraft Sun, Beauty & Care
- 25.06.—28.06.2020 Fitnesstrainer/in-B-Lizenz

Alle Infos unter: www.bsa-akademie.de

Eigene Fachkräfte mit dualem Bachelor-Studium der DHfPG ausbilden

Mit dem Wachstum der Fitnessbranche werden immer grössere Anforderungen an das Management und Trainingsangebot von Studios gestellt. Qualifiziertes Personal kann bei einem breiten Angebot an Fitness- und Gesundheitsanlagen in der Region der entscheidende Erfolgsfaktor sein. Wer personell nachhaltig gut aufgestellt sein möchte, für den bietet das duale Studium zum Bachelor of Arts Fitnessökonomie der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) die optimale Lösung. Der duale Studiengang qualifiziert zur Fachkraft, die Fitness- und Freizeitunternehmen auf kaufmännischer Ebene leiten kann und für die Mitarbeiterführung sowie für die Konzeption und die Umsetzung der Fitnessprogramme zuständig ist. Das Studiensystem verbindet eine betriebliche Ausbildung und ein Fernstudium mit kompakten Präsenzphasen an einem der regionalen Studienzentren, zum Beispiel in Wien oder Zürich. So können die angehenden Führungskräfte von Beginn an im Betrieb eingebunden werden und das Studio unmittelbar von ihnen profitieren. Weitere Informationen unter: www.dhfpg.de/bfo Alle Infos zum dualen Bachelor-Studium in der Schweiz unter: www.safs.com

Chancen für Studiomitarbeiter: Hochschulabschluss ohne Abitur

Besonders in der Fitness- und Gesundheitsbranche gibt es viele erfahrene Quereinsteiger. Für Studioleiter ist es entscheidend, das grosse Potenzial, das diese Mitarbeiter bieten, optimal im Sinne des Unternehmens einzusetzen. In dem Zusammenhang ist die stetige Aus- und Weiterbildung solcher Teammitglieder ein wichtiger Faktor für den langfristigen Erfolg eines Unternehmens. Das Studienkonzept der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) bietet hierfür ideale Bedingungen. Neben der schulischen Hochschulzugangsberechtigung ist auch ein Fachwirt bzw. Meister oder eine Person mit einer als gleichwertig anerkannten Vorbildung dazu befähigt, direkt mit dem Studium im Zukunftsmarkt zu beginnen, sobald ein Ausbildungsbetrieb gefunden ist. Das Studium ohne Abitur ist bei einer entsprechend anerkannten Berufsausbildung und ausreichender Berufserfahrung möglich. Eine Anmeldung zum dualen Bachelor-Studium kann ganzjährig erfolgen. Weitere Informationen unter: www.dhfpg.de
Alle Infos zum dualen Bachelor-Studium in der Schweiz unter: www.safs.com

SOLUTION
innovative software

DEINE NR. 1
FÜR SOFTWARE!

1. Platz 2019
bodyLIFE AWARD

WWW.EASYSOLUTION.EU

Laden im App Store
JETZT BEI Google Play

Mario und Christin Görlach steigen bei skillcourt und runningzone ein

Die Fitnessunternehmer Mario und Christin Görlach beteiligen sich an skillcourt, einem der meist verkauften kognitiven Bewegungskonzepte, und der grössten Laufschule in Europa, runningzone (bisher «next level.running»). skillcourt ist ein digitales Trainingssystem mit Scanner-Technologie, das nachweislich die kognitive, motorische und visuelle Entwicklung von Sportlern, Kindern und Patienten mit den verschiedensten Einschränkungen verbessert. Es passt sich perfekt der im Studio zur Verfügung stehenden Fläche an und erschliesst riesige neue Zielgruppen.

Mario Görlach: «35 Millionen Deutsche betreiben Sportarten, die mit Laufen zu tun haben. Viele davon bekommen bei der Ausübung ihres Hobbys Schmerzen. Ausserdem gibt es sehr viele Menschen, die am Bildschirm arbeiten. Über die Zeit lassen Reaktionszeiten, Augen und Ohren, kurz: kognitive Fähigkeiten, die wir im Alltag kaum trainieren, nach. Hier setzt skillcourt.training an, das hat uns ganz besonders interessiert.» skillcourt nutzt vorhandene Flächen im Trainings-, Therapie- oder Kursbereich, ohne sie dauerhaft zu belegen! Der Platzbedarf ist variabel und individuell auf die Einrichtung zugeschnitten. Ist das System nicht in Gebrauch, belegt es auch keine Fläche.

skillcourt- und runningzone-Erfinder Christian Hasler, Diplom-Sportwissenschaftler und Inhaber des next level.therapie- und trainingszentrums in Schweinfurt, liegt vor allem die Entwicklung von Kindern und jungen Menschen am Herzen: «Kinder lernen viel leichter und schneller, wenn die Verknüpfung von Motorik und kognitiven Fähigkeiten gut ausgebildet ist. Sie können sich länger konzentrieren, lernen Sprachen schneller und steigern ihre Problemlösungsfähigkeit. skillcourt wirkt ausserdem ADS und ADHS entgegen. Schon mit fünf Jahren können Kinder auf dem skillcourt trainieren.» Auch zur Rehabilitation ist die Kombination von skillcourt und runningzone ideal geeignet, da eine ausgeklügelter Return-to-Life-Therapieprozess hinterlegt ist, der genau gemessen werden kann. So steuert man den optimalen Trainingseinstieg und sichert ein zielgerichtetes individuelles Training für den Patienten. Gesunde Sportler können wiederum zur Vorbeugung gegen Verletzungen ihre Leistungsfähigkeit und ihre individuelle Verletzungsrisiken messen lassen.

In Deutschland gibt es alleine rund 30 Millionen orthopädisch erkrankte Menschen. Viele haben nach einer Verletzung Schmerzen und nehmen folglich Schonhaltungen ein. Einer der wichtigsten Schritte in der Reha ist daher die Wiederherstellung der ursprünglichen Bewegungsmuster. «Eine riesige Zielgruppe, die man von der Therapie in den Selbstzahlerbereich bringen kann», so Christin Görlach. Die ehemalige deutsche Meisterin im 400-Meter-Lauf weiter: «Ich weiss aus eigener Erfahrung, wie sich kleine Nuancen im Laufstil bei Leistungssportlern, aber auch im Breitensport auf die Belastung der Gelenke und somit auf Schmerzen und Verletzungen auswirken können.» Die Komponente, auch das Gehirn zu trainieren, ergänze das fle-xx Beweglichkeits- und eGym Krafttraining optimal, um die Kunden erfolgreicher und gesünder zu machen und neue Zielgruppen fürs Studio bzw. die Praxis zu erschliessen. Die Förderung der Entwicklung von Sportlern, Kindern und Patienten ist Christian Haslers Antrieb und ewige Motivation: «‹Reach next level› ist mein Lebensmotto!»

Technogym wird offizieller Ausstatter der Olympischen Spiele 2020 in Tokio

Technogym wird mehr als 1'200 Ausrüstungsgegenstände für den Einsatz von rund 15'000 Athleten liefern, wobei jedes der 30 Zentren speziell auf die Bedürfnisse der sportlichen Vorbereitung in den 33 verschiedenen olympischen Disziplinen zugeschnitten ist. Doch das ist noch nicht alles. Neben den Geräten wird Technogym auch ein Team professioneller Trainer zur Unterstützung der Athleten bereitstellen, ausserdem auch sämtliche Dienstleistungen, von der Planung und Installation in der Sporthalle bis hin zum technischen Service. Alle Geräte werden vollständig in die digitale Cloud-basierte Plattform Mywellness von Technogym integriert, so dass die Athleten direkt über die Geräte und ihre Smartphones, Tablets und Wearables mit ihren persönlichen Trainingsprogrammen in Verbindung bleiben können. Mit Tokio 2020 hat Technogym bereits zum achten Mal den Status eines offiziellen Olympia-Lieferanten erhalten, nachdem das Unternehmen bereits für die Spiele in Sydney 2000, Athen 2004, Turin 2006, Peking 2008, London 2012, Rio 2016 und Pyeongchang 2018 Geräte geliefert hat.

EGYM
#READY
FÜR DIE ZUKUNFT DER
FITNESSTECHNOLOGIE
ENTDECKE DIE NEUE WELT VON EGYM
Besuche www.egym.com
und lade dir kostenlos unsere 2020 Kataloge herunter.
EGYM GmbH | Einsteinstraße 172 | 81677 München | www.egym.com
EGYM Schweiz | Zweigniederlassung Baar | Ruessenstrasse 12 | 6340 Baar | www.egym.com/de/business

Neuromarketing

Analyse der Zielgruppe und Positionierung des Fitnesscenters mittels «Limbic Map»

Kennen Sie die Bedürfnisse und Motive Ihrer Kunden, sodass Sie Ihr Angebot darauf abstimmen und Ihre Kunden emotional gezielt darauf ansprechen können? Wie gelingt es Ihnen die Kaufentscheidungen Ihrer Kunden zu Ihren Gunsten zu beeinflussen?

Die Erkenntnisse des Neuromarketing haben bei der Positionierung eines Unternehmens eine besondere Bedeutung. Dabei geht es jedoch nicht um die üblichen Techniken des Marketings. Im Neuromarketing werden positive Emotionen genutzt, die mit dem Angebot und der Dienstleistung verknüpft werden. Auch Fitnessmarketing beruht auf der emotionalen Verbindung zur Zielgruppe, sodass Neuromarketing die Position im lokalen Markt eines Fitnessclubs stärken kann.

Aus Unternehmenssicht wird ein geldwerter Mehrwert beim Kunden durch Neuromarketing erzeugt, wenn durch das Verstehen der Funktion des menschlichen Gehirns, potenzielle Kunden identifiziert und erreicht werden. Die Erkenntnisse über den Zustand des Kunden bilden seine Bedürfnisse ab und sie zeigen, in welchem Grad die Bedürfnisse bereits erfüllt wurden. Laut Zitat des deutschen Psychologen Benny Briesenmeister wird die Wertschöpfung durch das Neuromarketing dann erfüllt, wenn Folgendes zusammenkommt: «Ein Kunde der dazu neigt ein bestimmtes Bedürfnis zu haben, das Marketing, das dieses Bedürfnis anspricht, verstärkt, vielleicht sogar weckt und das Produkt, das es befriedigt.» Das Neuromarketing wird als Schnittstelle zwischen den Kognitionswissenschaften den Neurowissenschaften und der Ökonomie gesehen. Dabei bilden das Marketing und die Marktforschung eine Unterkategorie zwischen Ökonomie und Neurowissenschaften.

Neuromarketing als Schnittstelle verschiedener Wissenschaften
Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Schreier und Held, 2012a, S. 4

Das Motiv- und Emotionssystem der Menschen

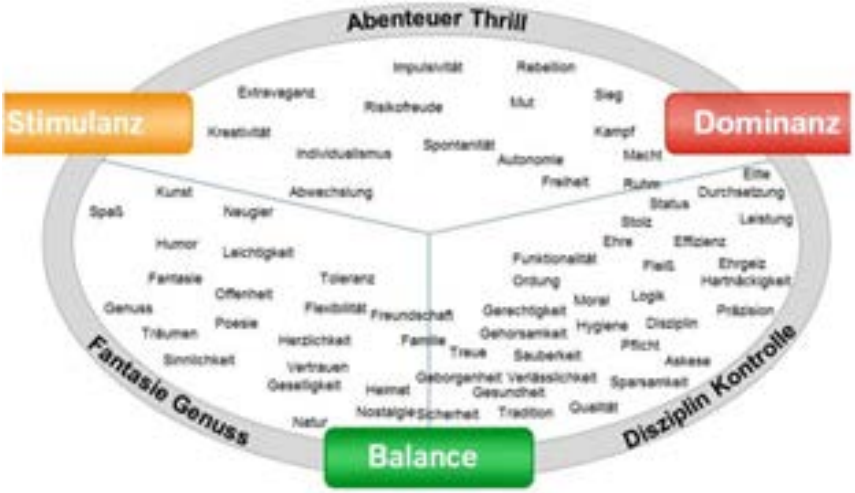
Die Hirnforschung gewinnt immer mehr Erkenntnisse darüber, wie das menschliche Gehirn funktioniert. Mit den Erkenntnissen der Neurowissenschaften sind viele Sichtweisen, wie die des rational handelnden homo oeconomicus, widerlegt worden. Im Gegensatz zu dem Modell des rational handelnden Menschen unterscheidet die aktuelle Forschung zwischen Handlungen, die von dem expliziten und impliziten System gesteuert werden. Die Autoren Schreier und Held haben dafür den Begriff Pilot und Autopilot geprägt. Der Pilot steht für das reflektierte Verhalten und die Verarbeitung von Fakten, das bewusste Denken und die Vernunft. Die bewusste Kommunikation erfolgt meistens über die Sprache, die daher auch für den Piloten steht. Der Autopilot hingegen zeichnet sich durch spontanes Verhalten aus.

Die Forschung zeigt, dass sehr viele Verhaltensweisen der Kunden vom sogenannten Autopiloten bestimmt werden. Das Gehirn nutzt daher den Piloten, wenn es um komplizierte Prozesse geht, bei denen Informationen reflektiert werden müssen, eine Analyse durchgeführt oder etwas berechnet werden muss. Die Verarbeitungsprozesse im Piloten sind reflektiert, da sie auf bewussten Emotionen beruhen. Dadurch können sie zum einen kontrolliert werden und zum anderen kann auf Veränderungen leichter reagiert werden. Die unbewussten Prozesse nimmt der Pilot dagegen nicht wahr. Die Abläufe, die zur Entscheidung führen sind unbewusst, da jedoch das Pilot-System des Kunden eine Begründung benötigt, wird eine logische und nachvollziehbare Erklärung erfunden. Kaufentscheidungen werden somit ausgelöst, weil ein möglicher Kunde unbewusst ein Defizit wahrnimmt, dass er/sie vermeiden will und so die Entscheidung trifft, ein Produkt oder eine Dienstleistung zu kaufen.

Eine andere Form der Bedürfnisbefriedigung wird durch die momentane Verfassung des Kunden ausgelöst und durch den Konsum bestimmter Produkte oder Dienstleistungen manifestiert. Diese gleichen dann ein kurzfristiges Defizit bei den Motiven des Kunden aus. Am Beispiel eines Fitnessclubs stehen sicherlich Kunden, die eine Mitgliedschaft lösen, um nach den Weihnachtsfeiertagen Gewicht abzutrainieren. Sie wollen daher ein kurzfristiges Ungleichgewicht ausgleichen. Ein Mitglied, das auf einen gut definierten Körper Wert legt und die Mitgliedschaft in einem Fitnessclub als Statement über sich selbst versteht, wird durch die Mitgliedschaft langfristig seine emotionalen Sollwerte stabil halten.

Neben den Grundbedürfnissen beeinflussen also die Emotionen und unbewusste Motive die Handlungen eines Menschen am stärksten. Häusel hat die sogenannte «Limbic Map» entwickelt, um die Emotionen und Motive des Menschen darauf zu identifizieren. Das System baut auf dem «Züricher Modell der sozialen Motivation» von Bischof auf und arbeitet mit den drei Grundmotiven Sicherheit, Erregung und Autonomie. Häusel bezeichnet die Kombination aus Emotions- und Motivsystem im Gehirn des Kunden als Stimulanz-, Dominanz- und Balance-System. Mit diesem System ist es möglich, Positionierungen zu erarbeiten, Angebote zu optimieren und Zielgruppen zu segmentieren und direkt anzusprechen.

Die folgende Abbildung zeigt dieses System:

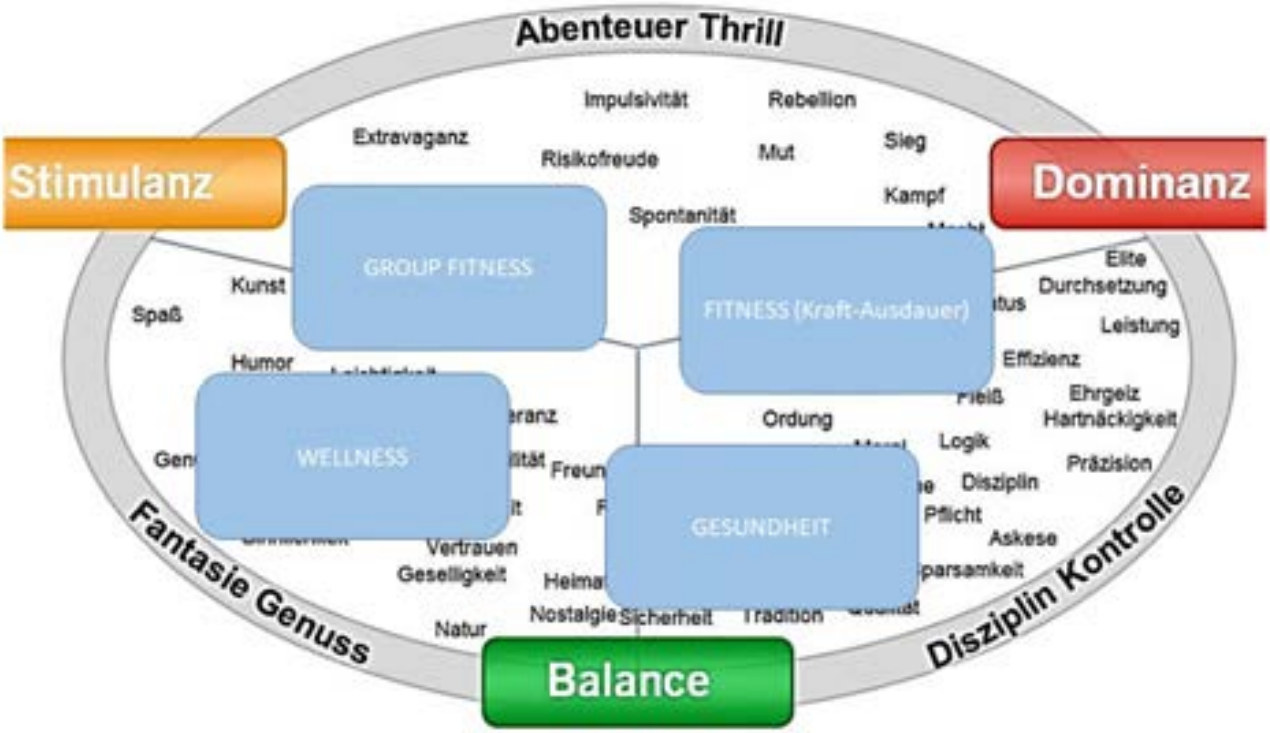


Motiv- und Emotionssystem «Limbic Map»
Quelle: Häusel, 2012, S. 80

Die ersten Lebensjahre entscheiden über die Grundmotive des Menschen. Im weiteren Verlauf des Lebens werden durch Erfahrungen die Stärke der Motive und die Ausprägung der Motive beeinflusst. Hinter dem Begriff Balance steht das Motiv der Sicherheit. Menschen, bei denen dieses Grundmotiv vorrangig ist, streben nach Vertrautheit, Anschluss und Geborgenheit. Weitere Aspekte sind zum Beispiel Fürsorge und Familie. Menschen mit dem Motiv Erregung bzw. Stimulanz streben nach neuem, Abwechslung und Veränderung. Sie haben einen hohen Spieltrieb und suchen die Herausforderung. Das Grundmotiv der Autonomie ist mit Dominanz gleichzusetzen. Die Menschen mit dieser Anlage streben nach Macht, Geltung und Leistung. Sie weisen einen hohen Selbstwert auf, was sich auch darin zeigt, dass sie gerne die Führung übernehmen.

Die Motive steuern also das Verhalten, wobei die Emotionen meist der Auslöser für die Motive sind. Die Motive sind in allen Menschen mit unterschiedlicher Ausprägung vorhanden. Neben den Motiven, die markant für die Persönlichkeit sind, gibt es auch noch situationsabhängige Motive und Befindlichkeiten. Beides muss im Marketing beachtet werden. Die Dienstleistung eines Fitnessclubs hat einerseits die Funktion die langfristigen Motive zu bedienen und zum anderen das Gleichgewicht wieder herzustellen wenn die Motive des Kunden nicht mehr im Einklang sind. Die folgende Abbildung zeigt die Einordnung der verschiedenen Angebote eines Fitnessclubs in der Limbic Map.

Die Abbildung zeigt, dass durch die ▶



Einordnung der Angebote des Fitness-Studios in der Limbic Map. Quelle: Eigene Darstellung, in Anlehnung an Häusel, 2012, S. 80

Leistungen unterschiedliche Motive und Emotionen im limbischen System angesprochen werden. Der Bereich Fitness wird dem Motiv Dominanz zugeordnet. Der Kunde möchte Autonomie und richtet sein Trainingsprogramm auf Leistung und Kontrolle der Leistungen aus. Das Dominanz-System dient bei Männern zum Beispiel dazu, durch Kraft und Potenz mögliche Konkurrenten zu verdrängen. Gutes Aussehen und ein definierter Körper erhöhen die Attraktivität bei Frauen. Die Männer werden so auch als erfolgreicher wahrgenommen. Fitness wird daher mit Stärke, Überlegenheit und Kraft gleichgesetzt. Fitnesscenter symbolisieren den Kampf gegen die Widrigkeiten des Lebens und fallen daher in das gleiche Motiv- und Emotionssystem. Dagegen ist das Motiv der Gesundheit im Bereich zwischen Balance und Dominanz angeordnet, da hier Sorgen und Ängste als Motiv assoziiert werden können. Zugleich wird aber auch durch Wirksamkeit und Effizienz ein gutes Ergebnis für die Gesundheit erzielt.

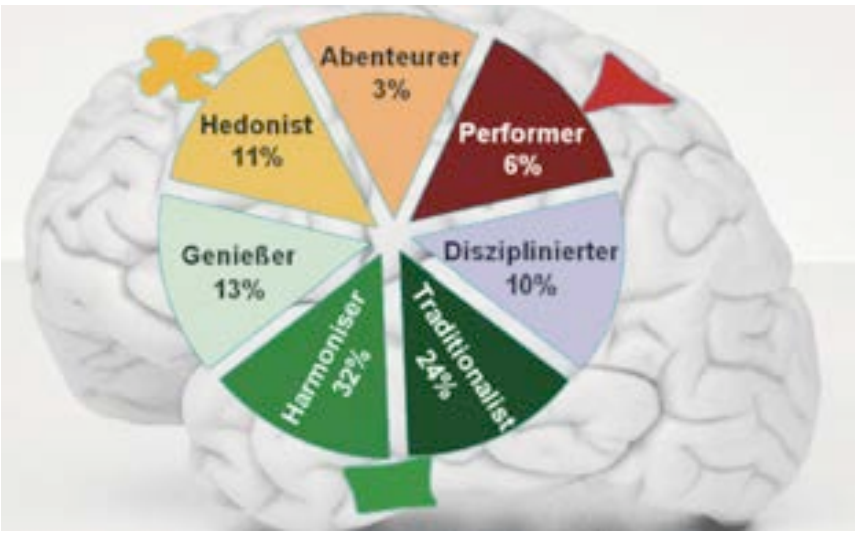
Bestimmung von Zielgruppe und Angebot

Bei der Bestimmung von Zielgruppen steht das Balance-System für risikoscheue Personen. Die Produkte müssen Sicherheit suggerieren, d. h. zum Beispiel vor Krankheiten schützen. Risikoscheue Kunden mögen Produkte mit Tradition und Ratgeber, sowie Garantien, Versicherungen und das Qualitätsversprechen. Das System zeigt zudem die Werte, die diesen Personen zugeordnet werden können. Werte, so die Sozialpsychologie, sind Standards an denen eigenes oder fremdes Verhalten gemessen wird. Dem Balance-System werden Werte, wie Sicherheit, Freundschaft, Familie, Gesundheit, Geborgenheit und Treue zugeordnet.

Ein weiterer Schritt ist es, die neuro-biologischen Eigenschaften von Menschen mit deren Konsumverhalten, Einstellungen und Präferenzen zu verknüpfen, um diese in die Strategie für Marketingaktivitäten einzuplanen. Dazu entwickelte Häusel die sieben sogenannte Limbic Types, welche die Kundensegmente bilden:

- Harmonisierer: Hohe Sozial- und Familienorientierung; geringere Aufstiegs- und Statusorientierung
- Geniesser: Offenheit für neues, Freude am sinnlichen Genuss
- Hedonisten: Aktive Suche nach neuem, hoher Individualismus, hohe Spontanität
- Abenteurer: Hohe Risikobereitschaft, geringe Impulskontrolle
- Performer: Hohe Leistungsorientierung, Ehrgeiz, hohe Statusorientierung
- Disziplinierte: Hohes Pflichtbewusstsein, geringe Konsumlust
- Traditionalisten: Geringe Zukunftsorientierung, Wunsch nach Ordnung und Sicherheit

Die folgende Abbildung zeigt die Einordnung der Typen in der Limbic Map:



Limbic-Types. Quelle: Häusel, 2012, S. 87

Anhand dieser Typen kann die Anwendung von Produkten und Dienstleistungen hergeleitet werden und das Potenzial identifiziert werden. Dabei ist der Ausgangspunkt die spezielle Fragestellung, wie zum Beispiel die Frage nach einer geeigneten Nischenstrategie für ein Fitnesscenter im Premiumsegment oder ein Center in einem Geschäftsviertel mit einer hohen Dichte an berufstätigen Leuten. Kunden die eine starke Ausprägung im Balance-System haben, sind für Naturheilkunde, gesundheitsorientierte Aktivitäten und präventive Massnahmen empfänglich, da diese Angebote auch das Bedürfnis nach Geborgenheit, Heimat und Tradition befriedigen.

Zudem nimmt im Alter die Konzentration von Cortisol zu. Cortisol ist ein Stresshormon, das bewirkt, dass ältere Menschen mehr Sicherheit suchen. Damit bekommt das Balance-System mit Interessensbereichen wie Gesundheit und Prävention im Alter mehr Relevanz. Häusel hat festgestellt, dass der Wert «Genuss» im Alter zunimmt. In Kombination mit der Präferenz «Sicherheit» im Balance-System sind daher Wellness-Produkte und hochwertige Lebensmittel im Alter zwischen 50 und 60 Jahren sehr gefragt.

Fazit

Die Anwendung des Neuromarketings hat sich in den letzten Jahren als sehr hilfreich gezeigt. Insbesondere für die Analyse des Kaufverhaltens bei Kunden sowie für die Neuorientierung oder Positionierung eines Unternehmens. Empirische Studien haben gezeigt, dass die Limbic-Types auch sehr gut geeignet sind, um das Produktinteresse zu ermitteln. Wer interessiert sich zum Beispiel für Gruppenaktivitäten versus Personaltraining oder individuelles Gerätetraining. Auch können mit diesem Modell die Qualitätserwartungen bestehender Kunden oder einer angestrebten Zielgruppe besser ermittelt und erfüllt werden.

Das lässt sich auf die Kommunikation mit Kunden übertragen. So kann der Betreiber eines Fitnessclubs sein Angebot auf folgende Weise präsentieren:

Dem Performer: «Unsere Kraftgeräte sind nach den neuesten Erkenntnissen der Biomechanik entwickelt, um sportliche Höchstleistungen zu erzielen. Bei absolut natürlichem Bewegungsablauf ist ein maximaler Muskelaufbau möglich. Mittels unserer Fitness-App lassen sich Trainingsleistungen dokumentieren und den Fortschritt überwachen.»

Dem Harmonisierer: «Kraft- und Ausdauertraining stärken das Herz-Kreislaufsystem, fördern die Beweglichkeit und stärken Muskeln und Gelenke. Regelmässiges Training ist in jedem Alter wichtig, egal ob mit 14 oder 80 Jahren kann man stets dazu beitragen, bis ins hohe Alter fit und beweglich zu bleiben. Durch fachkompetente Betreuung in angenehmer Atmosphäre werden Sie und Ihre Familie sich bei uns wohl, gesund und gut aufgehoben fühlen.»

Letztendlich soll an dieser Stelle gesagt sein, dass in jedem Fitnessclub sowie in jedem anderen Dienstleistungsbetrieb stets das Personal im Mittelpunkt steht. Weder eine innovative Marketingstrategie noch Kenntnisse des Managements über Neurowissenschaften sind zielführend, wenn die notwendigen personellen Ressourcen die Aktivitäten nicht unterstützen. Nur zufriedene Mitarbeitende, welche sich mit der Zielgruppe, dem Angebot und der Kommunikationspolitik identifizieren, werden langfristig den Erfolg des Unternehmens mitbestimmen. Durch Aus- und Weiterbildung können loyale Mitarbeitende entwickelt werden, was nachweislich auch die Mitarbeiterzufriedenheit steigert.

Literaturliste:

- Briesenmeister, B. (2016). Die Neuro-Perspektive: Neurowissenschaftliche Antworten auf die wichtigsten Marketingfragen, Freiburg: Haufe-Lexware.
- Häusel, H.G. (2014). Think Limbic: Die Macht des Unbewussten nutzen für Management und Verkauf, 5.Auflage, Freiburg: Haufe-Lexware.
- Kenning, P. (2014). Consumer Neuroscience: Ein transdisziplinäres Lehrbuch. Kohlhammer Verlag.
- Nufer, Gerd & Wallmeier Miriam (2010). Neuromarketing, Reutlingen: Reutlinger Diskussionsbeiträge zu Marketing & Management
- Reichenauer, J. (2015). Neuromarketing im Sport: Markenidentität-Markenpositionierung-Markenimage. Diplomica Verlag.
- Scheier, C., & Held, D. (2012b). Die Neuro-Logik erfolgreicher Markenkommunikation, in: Häusel, H.-G. (Vgl. Ed.). Neuromarketing Erkenntnisse der Hirnforschung für Markenführung, Werbung und Verkauf (2nd ed.). Freiburg: Haufe-Lexware.
- Scheier, C., & Held, D. (2012a). Wie Werbung wirkt: Erkenntnisse aus dem Neuromarketing, 2. Auflage. Freiburg: Haufe

Marcel Scheucher

B. A. Betriebswirtschaftslehre, MBA General Management & Service Excellence, ist Dozent an der Swiss Prävensana Akademie. Mit über 15 Jahren Erfahrung als Unternehmer in der Fitnessbranche, kennt er die Herausforderungen auf Führungsebene sowie die Erwartungen an das Management und dem Personal hinsichtlich Kundengewinnung und Kundenbetreuung.
www.swisspraevensana.ch

Erfolgreiche Mitglieder muss man sich auch leisten können

Über die positiven Rückmeldungen auf meinen letzten Artikel «Qualifizieren statt Betreuen» freue ich mich sehr. Insbesondere über das positive Werturteil von Stefan Küper. Er schrieb auf Facebook: «Mega Artikel von Andreas Bredenkamp. Wer als Fitnessclubbetreiber oder Therapeut mit angeschlossenem Trainingsbereich diesen Artikel liest, versteht und Schritt für Schritt umsetzt, wird mit sehr grosser Wahrscheinlichkeit einen Quantensprung vollziehen.» Ja, davon sind Stefan und ich gleichermassen überzeugt, und wir wissen auch beide, dass ein «Quantensprung» eine Erkenntnis bezeichnet, die eine Person oder eine Sache um einen entscheidenden Schritt nach vorne bringt — aber das muss nicht zwangsläufig etwas Gutes sein. Zum Beispiel dann nicht, wenn man bereits am Abgrund steht. Denn der Weg zu mehr Mitgliedern, den ich dort beschrieben habe, führt nicht nur zu mehr, sondern auch zu deutlich aktiveren Mitgliedern. Das heisst, dass durch die Umsetzung meines letzten Artikels nicht nur mehr Mitglieder gewonnen und langfristiger erhalten, sondern diese auch wesentlich häufiger zum Training kommen werden. Und das kann eine sowieso schon gut laufende Anlage auch schnell mal an ihre Grenzen bringen. Alles, was wirksam ist, hat eben auch seine Nebenwirkungen. Verstehen Sie diesen Artikel deshalb als eine Art Packungsbeilage, mit dem ich auf die Nebenwirkungen meines letzten Beitrags hinweisen möchte. Am besten gleich an einem konkreten Fallbeispiel:

Ich bin heute zu Gast in der VitalitätsOase von Ulrike Kaiser und Ulrich Steinke in Falkensee bei Berlin. Mit 920 Mitgliedern auf 440 Quadratmetern und einem aktuellen Beitrag von 70 Euro gehört die VitalitätsOase zu den Anlagen, die — um beim obigen Bilde zu bleiben — am Abgrund stehen. Ihre eGym-Auslastung beträgt 158 Prozent, ihre Kurse sind so voll wie ihre Umkleiden und ihre Parkplätze. Sie haben nach zwei Jahren nicht den «Break-even» erreicht, sondern bereits die Auslastung des Systems. Das alles, ohne aufwändige und kostenintensive Kampagnen, sondern allein durch ihre Fähigkeit, ihren persönlichen Beziehungen Reichweite zu verleihen. Sie begeistern und motivieren ihre Mitglieder mit regelmässigen Vorträgen, die Erkenntnisse aus diesen Vorträgen tragen ihre Mitglieder weiter und sie berichten ihren Freunden von ihren tollen Ergebnissen. Allerdings führen ihre Vorträge auch zu einer überdurchschnittlich hohen Nutzung ihrer Anlage. Deshalb greifen die beiden Betreiber für einen möglichst reibungslosen Trainingsablauf auf Mario Görlachs HIBB-Konzept zurück. Sein Konzept basiert auf Effektivität und Effizienz. Nicht nur das Richtige, sondern das Richtige richtig tun: Kurze Verweildauer an den Geräten, leicht erklär- und erlernbare, vom Aufwand her schaffbare und überschaubare Prozesse, die nach aussen hin leicht zu empfehlen und zu verkaufen sind. Das heisst für Mario Görlach Wirtschaftlichkeit. Menschen brauchen Regeln, die nachvollziehbar sind, Prozesse mit einer festen, zeitlichen Vorgabe und einem innerhalb dieser Vorgaben garantierten Ergebnis. Aus diesen Gedanken entstand sein HIBB-Modell. Und ohne ein so hocheffizientes Konzept ginge mit so vielen aktiven Mitgliedern auf so kleinem Raum in der VitalitätsOase schon lange nichts mehr. Aber irgendwann sind die Grenzen des Systems dennoch erreicht. Macht es da noch Sinn, wenn ich heute Abend mit einem weiteren, begeisternden Vortrag die Mitglieder noch einmal mehr zu regelmässigem

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

Training motiviere und damit noch mehr Öl ins Feuer giesse?

Eine Erweiterung der Anlage wird das Problem nicht lösen, sondern nur verlagern. Ich kenne Einzelstudios, die stehen mit 5'000 Mitgliedern vor demselben Problem. Nutzten die Mitglieder deren Anlage statt 1,5-mal pro Woche, zweimal die Woche, bräche auch dort alles zusammen. Und es kann ja nicht das Ziel sein, eine Anlage so lange zu erweitern, bis man sie nicht mehr auslasten kann. Die Grösse der Anlage ist nicht das Problem, und deswegen kann die Erweiterung der Anlage auch nicht die Lösung sein.

Bliebe die Möglichkeit, das Problem über das Prinzip «Angebot und Nachfrage» zu lösen. Wird es zu voll, erhöht man die Beiträge. Aber ein Anheben der Preise als Antwort auf die grössere Nachfrage wird das Problem ebenfalls nicht lösen, weil auch die Höhe der Beiträge nicht die Ursache des Problems darstellt. Die Ursache sind nicht Grösse oder Preise, sondern allein das gegenwärtige Geschäftsmodell der Einzelstudios, welches den Mitgliedern nicht nur die Nutzung der Anlage verspricht, sondern auch den Nutzen daraus. Oder anders ausgedrückt:

Die Einzelstudios geben ihren Mitgliedern nicht nur ein Leistungsversprechen, sondern auch ein Nutzenversprechen. Sie versprechen ihren Mitgliedern den Trainingserfolg, und zwar für den aktuellen Beitrag! Deshalb können sie, wenn die Mitglieder ihren Erfolg einfordern und für ihren Erfolg nun auch zweimal die Woche zum Training kommen, nicht so einfach den Beitrag erhöhen. Das Problem der Einzelstudios liegt also weder in der Grösse ihrer Anlagen noch in der Höhe ihrer Beiträge, sondern einzig und allein in ihrem inkonsistenten Geschäftsmodell. Ein Geschäftsmodell, welches auf den Kennzahlen «Mitgliedergewinnung und Mitgliedererhalt» basiert, ohne die dritte, wichtige Kennzahl — den «Mitglieder-Erfolg» — mit einzubeziehen.

Nicht Werbekampagnen, sondern der «Mitglieder-Erfolg» wird in Zukunft die entscheidende Rolle spielen, sowohl für die Mitgliedergewinnung als auch für den Mitgliedererhalt. Deshalb benötigen die Betreiber von Einzelstudios weder grössere Anlagen noch höhere Beiträge, sondern ein in sich schlüssiges Geschäftsmodell, in dem eine klare Trennung von Vermietung und Dienstleistung vollzogen wird. Erst wenn das Nutzenversprechen der Einzelstudios nicht länger an die Bereitstellung der Geräte gekoppelt, sondern Bestandteil einer separaten Vereinbarung geworden ist, werden die Einzelstudios, ohne überall an Grenzen zu stossen, von der Qualifizierung ihrer Mitglieder auch angemessen profitieren können.

Es ist nun einmal «Fakt, dass man nicht mit denselben Strategien aus der Krise herauskommen kann, welche die Krise verursacht haben.» Diesen Satz fand ich in dem Buch «Der leise Atem der Zukunft» von Ulrich Grober. Das Wort «Krise», schreibt Grober, komme aus dem Griechischen und bedeute «Entscheidung». In der Medizin zum Beispiel bezeichne «Krise» den Moment, «in dem es sich entscheidet, ob der Patient stirbt — oder gesundet.» In der Wirtschaft ist der Patient das Unternehmen, und in der Krise entscheidet sich, ob das Unternehmen untergeht — oder ob es den Sprung in die Zukunft schaffen wird. Damit die Einzelstudios den von Stefan Küper versprochenen Quantensprung in die Zukunft schaffen werden, werden auch sie eine Entscheidung treffen müssen: Die Entscheidung, ob sie einfach so weitermachen wollen wie bisher oder ob sie ihr bisheriges Geschäftsmodell einer Revision unterziehen. Für Ihre interne Revision stelle ich Ihnen einschliesslich dieses Beitrags eine 14-teilige Reihe als Richtschnur zu Verfügung. Die ersten 7 Beiträge spiegeln die in der Praxis überkommenen Wahrheiten wider, in den folgenden 7 Beiträgen stelle ich diesen allgemein akzeptierten Wahrheiten alternative Wahrheiten gegenüber. Die Idee ist es, Ihnen damit einen Leitfaden an die Hand zu geben, um im Sinne der dialektischen Aufhebung «die negativen Dinge aufgeben und nur die positiven, wertvollen Elemente erhalten und fortführen zu können.» (Wikipedia). Wenn Sie die Revision mit mir und gleichgesinnten Fitnessanlagen gemeinsam durchführen möchten, dann lade ich Sie herzlich ein zur Masterausbildung des eGym-Campus. Ich freue mich dort auf Sie.

Ganzkörper-EMS-Training – die Bedeutung der Impulsgewöhnung

Eine spezifische Trainingsform, deren Bekanntheitsgrad und Anwenderzahl in den letzten Jahren stetig zugenommen hat, ist die sogenannte «Elektromyostimulation» (EMS). Infolge der Weiterentwicklung der EMS-Technologie besteht heute die Möglichkeit, über Anzüge, in die Elektroden eingearbeitet sind, grosse Muskelareale zu stimulieren. Aufgrund dessen hat sich für diese Form des EMS-Trainings der Begriff «Ganzkörper-EMS» (engl. «whole body EMS» – WB-EMS) etabliert.

Ganzkörper-EMS stellt bei korrekter Anwendung eine sichere und nachweislich effektive Trainingsform dar. Allerdings ist davon auszugehen, dass eine missbräuchliche Ganzkörper-EMS-Anwendung eine sogenannte Rhabdomyolyse (Zerstörung der quergestreiften Skelettmuskulatur; u. a. ausgelöst durch permanente Überlastung) provozieren und somit schwerwiegende gesundheitliche Komplikationen verursachen kann. Das Gefährdungspotenzial entsteht durch die grossflächige Anwendung des Ganzkörper-EMS-Trainings in Verbindung mit der Möglichkeit, eine für jede Körperregion supramaximale Reizintensität generieren zu können.

Ein weiterer Faktor, der in diesem Zusammenhang des Öfteren untersucht wurde, ist der Einfluss einer Ganzkörper-EMS-Anwendung auf das Enzym Kreatinkinase (auch Creatinkinase, CK). Die CK zählt als Marker für die muskuläre Beanspruchung und wird oft in Verbindung mit Übertraining oder Muskelverletzungen genannt. Gerade beim EMS-Training rückt die CK in den letzten Jahren immer weiter in den Fokus, da die Erhöhung dieses Markers in Verbindung mit einem Muskelabbau (provoziert durch Rhabdomyolyse) gebracht wird.

Bereits in mehreren Studien konnten eindeutig erhöhte CK-Werte nach einer EMS-Anwendung festgestellt werden (Kreuzer et al., 2006; Kemmler et al., 2015). Kemmler et al. (2015) beobachteten sogar eine 117-fache Erhöhung der CK-Konzentration nach einer hochintensiven Ganzkörper-EMS-Erstanwendung. Gründe dafür können in der flächigen Stimulation sowie einer wiederholten Innervation derselben motorischen Einheiten und der damit einhergehenden höheren mechanischen Belastung liegen (Kemmler et al., 2016).

Aus den durchgeführten Studien sollte jedoch nicht geschlussfolgert werden, dass bei jeder EMS-Anwendung erhöhte CK-Werte im Bereich der Rhabdomyolyse zu erwarten sind. Kemmler et al. (2016) folgern aus den erhöhten CK-Werten nach einer intensiven Ganzkörper-EMS-Erstanwendung, dass

- eine unsachgemässe Ganzkörper-EMS-Erstanwendung durchaus negative gesundheitliche Konsequenzen haben kann,
- eine ausbelastende bzw. sehr intensive Ganzkörper-EMS-Erstanwendung in jedem Fall unterbleiben soll und
- ein rascher Gewöhnungseffekt auch hinsichtlich ausbelastender Ganzkörper-EMS-Anwendung auftritt (Kemmler et al., 2016).

Zusammengefasst kann in Bezug auf die CK gesagt werden, dass der Trainierende, egal welches Trainingsniveau er besitzt, zuerst langsam an die EMS-Anwendung herangeführt werden muss (Impulsgewöhnung), um zu hohe CK-Werte und daraus resultierende eventuelle negative Folgen für die Leistungsfähigkeit zu vermeiden. Diese Kompetenz zur Belastungsregulierung und das nötige Wissen über mögliche Folgeschäden muss ein Trainer mitbringen, um ein effektives und sicheres Ganzkörper-EMS-Training zu ermöglichen.

Mit der BSA-Akademie zum EMS-Trainer

Als einer der führenden Bildungsanbieter der Fitness- und Gesundheitsbranche bietet die BSA-Akademie den Lehrgang «EMS-Trainer/in» an. Die Teilnehmer planen Ganzkörper-EMS-Trainingsprogramme für Kunden verschiedener Leistungsstufen. Sie weisen in Programme ein, überwachen die Trainingsdurchführung und berücksichtigen wissenschaftlich anerkannte Handlungsempfehlungen zur effektiven und sicheren Ganzkörper-EMS-Anwendung.
www.bsa-akademie.de/ems

proxomed®
für eine gesunde Gesellschaft

PROXOMED WORLD OF TRAINING

Besuchen Sie uns an den proxomed Innovationdays

Das proxomed Team Schweiz freut sich auf Ihren Besuch am 02. und 03.04.2020 in Steckborn

proxomed®
für eine gesunde Gesellschaft

ITENSIC F-EFFECT

Octane FITNESS

XT-ONE

OLICROM Sportechnology

CQA-16

TecnoBody®

D-WALL

Anmeldung unter:

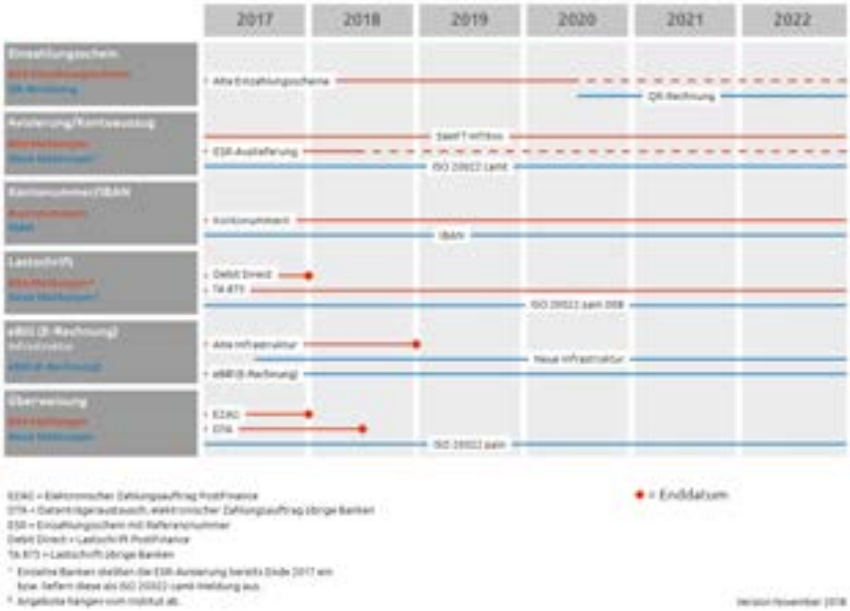
proxomed® Medizintechnik GmbH | Office Schweiz | Seestrasse 161 | 8266 Steckborn | Telefon +41 52 762 13 00 | www.proxomed.ch

Umstellung im Zahlungsverkehr – Die QR-Rechnung kommt Mitte Jahr

Die Grundlagen für die Vereinheitlichung der digitalen Abläufe im Zahlungsverkehr sind geschaffen. Ab dem 30. Juni 2020 wird laufend auf die QR-Rechnung umgestellt, welche langsam den bisherigen Einzahlungsschein ablöst. Betroffen davon sind die Rechnungssteller sowie auch die Rechnungsempfänger. Es werden dabei die verschiedenen Zahlungssysteme der Finanzinstitute (Banken, Post) zusammengeführt und die bestehenden Formate sowie Verfahren abgelöst.

Wieso die Umstellung?

Wenn man nicht die gleiche Sprache spricht, erschwert sich die Kommunikation. Bisher existieren in der Schweiz zwei Zahlungssysteme: Das der PostFinance und das der Banken. Durch die Harmonisierung des Zahlungsverkehrs werden die Systeme zusammengeführt, was zu geringeren Kosten und zu einer höheren Effizienz führt. Alle gängigen Einzahlungsscheine werden von einer digital lesbaren QR-Rechnung, die alle Daten für die Zahlung beinhaltet, abgelöst. Der komplette Zahlungsprozess vom Rechnungssteller zum Rechnungsempfänger wird von A bis Z mit einem Standard vereinheitlicht.



Roadmap: https://www.paymentstandards.ch/de/home/roadmap.html

Auswirkungen auf die Fitnessbranche

Die Fitnessbranche eignet sich hervorragend, um die Unterschiede der Zahlungsverfahren im In- und Ausland aufzuzeigen. Während unsere Nachbarländer die Mitgliedbeiträge meist monatlich oder sogar wöchentlich mit Lastschrift (SEPA) einziehen, zahlen die Schweizer Fitnessclub-Mitglieder Ihre Erstmitgliedschaft meist bar oder mittels EC-/Kreditkarte am Point-of-Sales in Form einer Jahresgebühr. Vor Ablauf des Vertrages wird der Kunde erinnert, die Mitgliedschaft mittels Einzahlungsscheines zu erneuern. Dank der Einführung von ISO 20022 bekommt die Fitnessbranche neue, einfachere Möglichkeiten, um Ratenzahlen anzubieten und abzuwickeln sowie den administrativen Aufwand möglichst klein zu halten.

Der Zeitplan zur Umstellung – Roadmap ISO 20022

Wie ein Blick auf die Roadmap zeigt, ist die Umstellung auf ISO 20022 bereits im vollen Gange. Ab Mitte 2020 nun auch auf neue die QR-Rechnung umgestellt.

Dies bedeutet jedoch nicht, dass die alten Einzahlungsscheine bereits dann ausgedient haben. Während einer Überganszeit können die alten und die neuen Einzahlungsscheine verwendet und verarbeitet werden. Allerdings werden die Zahlungsprovider darauf drängen, möglichst schnell umzustellen.

Die QR-Rechnung im Detail

Die QR-Rechnung, die ab 30. Juni 2020 alle heutigen Schweizer Einzahlungsscheine sukzessive ersetzt, weist den QR-Code mit einem Schweizer Kreuz als Erkennungsmerkmal auf. Der Swiss QR Code enthält alle für die Zahlung notwendigen Informationen. Sämtliche zahlungsrelevante Informationen sind in beiden Teilen enthalten. Sie können die Rechnung so auf handelsübliches Papier drucken und durch das Einscannen des QR-Codes müssen Sie die Referenznummer nicht mehr mühsam abtippen. Als Rechnungsempfänger müssen Sie sicherstellen, dass Ihr heutiges Softwaresystem ISO 20022-fähig ist, welches den Anforderungen der Verarbeitung von QR-Rechnungen gerecht wird. Sie erfassen den QR-Code mit einem Leser bzw. Scanner und übermitteln den Zahlungsauftrag elektronisch. Bis voraussichtlich Ende 2021 werden die bisherigen Einzahlungsscheine komplett abgelöst sein. Damit haben Rechnungssteller die Möglichkeit, die Umstellung zu einem für sie passenden Zeitpunkt vorzunehmen. Der Rechnungsempfänger kann mit nur einem Klick sämtliche Zahlungsinformationen im Mobile Banking, beispielsweise per Smartphone, erfassen und an die Bank übermitteln.

Als Rechnungssteller können Sie ab Mitte 2020 sämtliche Forderungen über die neue QR-Rechnung faktu-

Robert Looser

Jahrgang 1970, Betriebsökonom Dipl. Oek., ist Inhaber und Geschäftsführer des IT-Systemintegrators Neogate, welcher auf die die Einführung von Zutrittskontroll- und Abrechnungssystemen in Fitness- und Freizeitanlagen spezialisiert ist.

Rechnung RE-150804

Fitnessmitgliedschaft

Datum: 01.07.20202 Zahlbar bis: 30.07.2020 Kundennummer: 001033 MwSt. Nr.: CHE-480.295.181

Sehr geehrter Herr Schneider

Wir erlauben uns, Ihnen für Ihre Mitgliedschaft wie folgt in Rechnung zu stellen:

Pos.	Beschreibung	Menge	Einzelpreis	Rabatt	Preis in CHF
001	Jahresmitgliedschaft 01.07.2020-30.06.2021	1	1'949.75	0.00	1'949.75 inkl. MwSt.

Zahlteil QR-Rechnung

Unterstützt
Überweisung, Verfahren 1, Verfahren 2

Währung CHF
Betrag 1 949.75

Konto
CH44 3199 9123 0008 8901 2

Zahlungsempfänger
Robert Schneider AG
Rue du Lac 1268
CH-2501 Biel

Endgültiger Zahlungsempfänger
Robert Schneider Services Switzerland AG
Rue du Lac 1268
CH-2501 Biel

Referenznummer
210 0000 0000 3139 4714 3000 9017

Zusätzliche Informationen
Auftrag vom 15.09.2019
##S1/01/20170309/11/10201409/20/14000000/2
2/36958/30/CH106017086/40/1020/41/3010

Zahlungspflichtiger
Pia-Maria Rutschmann-Schnyder
Grosse Marktgasse 28
CH-9400 Rorschach

Zahlbar bis
30.10.2019

Rechnung mit QR Einzahlungsschein (Muster)

rieren. Dazu müssen Sie Ihre aktuelle Fakturierungssoftware entsprechend umrüsten, sodass der QR-Code gedruckt und der Abgleich der Zahlungseingänge im neuen «camt.054-QR-Format» erfolgen kann. Es eignet sich für die Rechnungsstellung in Schweizer Franken und in Euro. Die QR-Rechnung kann zusätzliche Informationen wie beispielsweise Ihre Unternehmens-Identifikation oder eine Rechnungsnummer an den Rechnungsempfänger enthalten, die eine automatische Abstimmung mit der Buchhaltung ermöglichen.

Alle Marktteilnehmer müssen zum Zeitpunkt, wenn Rechnungssteller erste QR-Rechnungen verschicken können — d. h. ab 30. Juni 2020 —, technisch in der Lage sein, QR-Rechnungen zur Zahlung und Verarbeitung zu nutzen.

Die wichtigsten Schritte

Fitnessanlagen sind Betriebe mit einer hohen Softwareintegration. Die ISO-Umstellung und die neuen QR-Rechnungen betreffen daher alle Anlagen. Sie sollten folgende wichtige Schritte vornehmen:

1. Nehmen Sie die aktuellen Zahlungsprozesse (Debitoren/Kreditoren) auf.
2. Kontaktieren Sie Ihren Softwarepartner und verlangen Sie einen Zeitplan für die Umstellung.
3. Besprechen Sie die Abläufe mit Ihrer Hausbank resp. Post.
4. Erstellen Sie Ihren eigenen Zeitplan für die Umstellung.

Weiterführende Informationen erhalten Sie auf der Seite von paymentstandards.ch, dem offiziellen Kommunikationsorgan des Schweizer Finanzplatzes zur Standardisierung und Harmonisierung des Zahlungsverkehrs.

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

Instagram-Marketing – Potenziale für Fitnesscenter

Wie Sie den «Instagram-Muskel» Ihres Centers zum Wachsen bringen

Instagram hat schon lange zur Grössenordnung von Facebook und Twitter aufgeschlossen. Die Instagram-App findet sich auf fast jedem Handy. Natürlich bewegen sich auch immer mehr Fitnessinteressierte auf dieser Social-Media-Plattform. Genau deswegen wird sie für Fitnesscenterbetreiber zunehmend wichtiger. Allerdings behandeln viele Betreiber ihre Accounts sehr stiefmütterlich. Mithilfe einiger weniger Tipps können Fitnesscenter ihren Instagram-Account neu strukturieren, um ihren Bekanntheitsgrad wesentlich zu steigern und ihre Zielgruppen zu bedienen.

Anfangs wurde Instagram vornehmlich von Fotografen, dann immer mehr von jüngeren, digital affinen Menschen genutzt. Heute sind jegliche relevanten Zielgruppen auf dem Kanal aktiv und die Plattform expandiert weiter. Im Vergleich zu Snapchat und Facebook weist Instagram ein höheres Nutzerengagement auf und kann Kaufentscheidungen potenzieller Kunden aktiv beeinflussen.

Instagram vs. Facebook

Der Social-Media-Kanal Instagram, der sich erst durch seine gezielte Visualisierung «so richtig» etablierte, erreichte im Juni 2018 die magische Marke von einer Milliarde Nutzer und wächst seit der Akquisition durch die Facebook Group im Jahr 2012 stetig. Die Besonderheit: Instagram verzeichnet im Vergleich zu Facebook ein höheres durchschnittliches Engagement pro Post (Likes, Kommentare, Zeitinvestment pro Nutzer) und erfreut sich generationsübergreifend wachsender Beliebtheit. Jeder vierte junge Erwachsene nutzt einer aktuellen Befragung zufolge die Plattform als wichtige Nachrichtenquelle. Gleichzeitig erlebt Facebook seit Jahren einen Einbruch an organischer Reichweite, d. h. die «normal» geposteten Beiträge werden immer weniger Personen angezeigt. Von über 15 Prozent erreichter Facebook-Fans einer Seite im Jahr 2012 sank dieser Wert bei Facebook bis heute unter die 1-Prozent-Grenze. Facebook erhoffte sich durch entsprechende Anpassungen einen höheren Einsatz von Facebook-Ads, sprich höhere Werbeeinnahmen. 2019 gaben Werbende sogar 20 Mio. US-Dollar für Werbung auf Instagram aus. Da bisher die Reichweite bei Instagram weitestgehend stabil geblieben ist, bekommt Facebook dadurch immer mehr «innerbetriebliche» Konkurrenz. Neuerungen wie Instagram LIVE oder Instagram TV (IGTV) bieten gerade für Marketingzwecke neue Möglichkeiten, die für Studiobetreiber immer interessanter werden.

Die folgenden Punkte zeigen Ihnen, wie Sie auch ohne den Einsatz eines grossen Marketingbudgets natürliches Wachstum auf Instagram generieren und von den Möglichkeiten der Plattform profitieren können.

So bringen Sie Ihren Account zum natürlichen Wachsen

1. Zeit, Know-how und qualifizierte Mitarbeiter: der Schlüssel zu einem erfolgreichen Instagram-Account

Seien Sie auf den relevanten Kanälen aktiv, wo sich Ihre Zielgruppen aufhalten und bleiben Sie auf Ihrem Account up to date. Instagram-Nutzer sind durchschnittlich täglich mehr als zwei Stunden auf der Plattform aktiv. Ein ähnliches Zeitbudget sollten Sie (je nach Studiogrösse) in etwa auch für die Pflege und die professionelle Betreuung Ihres Accounts einkalkulieren. Ihr Account lebt nicht nur von der Aktualität, sondern insbesondere auch von der Interaktion. Der Dialog mit der Studio-Community sowie mit neuen potenziellen Kunden kostet Zeit — diese Zeit ist jedoch gut investiert, denn dadurch können Sie nicht nur mehr Leads generieren und neue Mitglieder gewinnen, sondern auch für eine bessere Kundenbindung sorgen.

Neben genügend Zeit brauchen Sie auch das nötige Know-how sowie entsprechend qualifizierte Mitarbeiter. Sofern Sie den Studio-Account nicht selbst betreuen, bringen Sie Ihren Mitarbeitern das erforderliche Vertrauen entgegen, geben Sie ihnen die nötige Zeit sowie den Handlungsspielraum, um Ihren Account aufzubauen bzw. kontinuierlich zu bespielen. Im Studioalltag gehen solche Tätigkeiten gern unter, deshalb bietet es sich an, hier für klare Zuständigkeiten und Kontinuität zu sorgen. Ein engagierter Social-Media- bzw. Digital-Manager kann über Instagram zahlreiche Abschlüsse

generieren und viel für das Image des Studios und die Kundenloyalität tun. Seien Sie sich aber bewusst, dass es sich mit dem Social-Media-Erfolg (insbesondere auf Instagram) ähnlich wie mit dem Muskelzuwachs beim Training verhält: Nur mit dem nötigen Elan, nachhaltigem Fleiss und einem klaren Ziel können Sie «digitale Muskeln» aufbauen.

2. Mit liken, teilen und kommentieren zu mehr digitalem Muskelwachstum

Wer User-Engagement (in Form von Likes, Kommentaren und neuen Abonnenten) für seinen Account steigern möchte, muss zuerst selbst aktiv werden und sich vernetzen bzw. andere Accounts finden, liken und kommentieren — ganz nach dem menschlichen Grundprinzip der Reziprozität (Gegenseitigkeit) und dem Motto «Wie du mir, so ich dir». Liken und kommentieren Sie relevante Beiträge innerhalb Ihrer Zielgruppe. Dies muss jedoch sehr gezielt, ehrlich und natürlich erfolgen und fordert seitens der jeweiligen Verantwortlichen das nötige Fingerspitzengefühl, denn die Authentizität spielt gerade in den Social-Media-Kanälen eine wichtige Rolle. Arbeiten Sie gezielt mit Kommentaren, die entweder einen Nutzen/Mehrwert bieten, ein ehrliches Kompliment darstellen oder eine themenbezogene Frage beinhalten, die Interesse weckt und für positiven Diskussionsstoff sorgt. Wählen Sie bei Ihrer konkreten Auswahl nicht nur grosse Accounts, sondern fokussieren Sie sich auf kleinere Accounts und ggf. regional aktive User aus Ihrem Umfeld, da von diesen oftmals am ehesten eine positive Reaktion/Interaktion zu erwarten ist. Nutzen Sie hier die technischen Möglichkeiten der Plattform voll aus und setzen Sie auf Interaktion.

Trainieren Sie Ihre «Instagram-Muskeln»

Die folgende 2x40 «Push-IG-up-Methode» (bestehend aus 40 Kommentaren und 40 Likes täglich) bringt Ihren Instagram-Account deutlich nach vorne und soll als grobe Faustformel zur Orientierung dienen. Wer Wachstum will, muss sich selbst, aber vor allem den Instagram-Button regelmässiger pushen. Dies sollte sukzessive gesteigert werden, aber auch hier ist Vorsicht geboten: Allzu viel ist ungesund und schnell drohen ▶

Die ersten 10 Push-ups: Verteilen von Likes und Kommentaren in Ihrem direkten Umfeld

Anfangen sollten Sie damit, dass Sie generell alle positiven Beiträge, die rund um Ihr Studio stattfinden, mit einem „Like" oder gezielten Kommentaren versehen. Somit steigt die Chance, dass Engagement und Interaktion beidseitig stattfindet. Mitglieder freuen sich, wenn Sie deren Beitrag bemerken, wertschätzen und direkt mit ihnen interagieren. Sie finden diese über Ihren Standort und den Benutzernamen des Postings oder den Namen Ihres Studios als Hashtag. Dabei können Sie die hilfreichen Suchfunktionen von Instagram nutzen.

Die nächsten 10 Push-ups: Suchradius erweitern und relevante Orte identifizieren

Gehen Sie über die Grenzen Ihres Studios hinaus und erweitern Sie Ihren Suchradius. Suchen Sie gezielt weitere Orte, an denen sich potenzielle Kunden aus Ihrer Zielgruppe gerne aufhalten und wählen Sie Hashtags, die diese nutzen. Das können z. B. ein Park, ein Stadt-/Ortsteil oder Nachbarorte in der Nähe des Studios sein. Dieses konkrete Vorgehen hilft Ihnen, in Ihrem Einzugsgebiet bestmöglich vertreten und auf Instagram präsent zu sein bzw. gefunden zu werden.

Die nächsten 10 Push-ups: Hashtags wählen und Zielgruppen targetieren

Wählen Sie z. B. täglich zehn relevante Hashtags aus und liefern Sie Kommentare und Likes zu neuen Beiträgen. Eine Hashtag-Analyse und das Testen verschiedener Keywords können hier weiterhelfen, um passend zur Nische und zum Marktgebiet geeignete Hashtags zu identifizieren. Es empfiehlt sich beispielsweise folgende Struktur, um ein breites Portfolio z. B. via Excel anzulegen: Wählen Sie zum einen zielgruppenspezifische Hashtags, bei denen Sie sich vorstellen können, dass sie von der Zielgruppe genutzt werden. Achten Sie dabei auch auf Postings von eigenen Mitgliedern, die Sie identifizieren können. Weiterhin können Sie auch „breit gefächerte" Hashtags wählen, die wie #Fitfam und Co. umfassender angelegt sind. Obgleich Sie damit nicht unbedingt direkt mehr potenzielle Mitglieder erreichen, haben Sie dennoch insgesamt eine höhere Reichweite. Über Erfolg bzw. Misserfolg eines Hashtags entscheidet schlussendlich auch Ihr Marketinggeschick, wie folgendes einfaches Beispiel zeigt: Wenn Sie Betreiber eines Frauen- oder Rehastudios sind, wäre die Nutzung des Hashtags #BizepsBrennt eher suboptimal – wohingegen sich jüngere männliche Nutzer vielleicht gerade dadurch besonders angesprochen fühlen. Sehr nützlich ist zudem das neue Instagram-Feature, dass Sie nun auch Hashtags folgen können. Nutzen Sie dies, um die evaluierten Hashtags noch schneller mit Kommentaren und Likes zu bespielen.

# **#bizeps** 365k Beiträge	# **#bizepsbrennt** 7026 Beiträge	# **#bizepscurls** 3455 Beiträge	# **#bizepsrunterkullern** 4025 Beiträge

Die Königsklasse der Hashtags sind die, die Sie selbst erschaffen haben und von Ihren Mitgliedern auch aktiv genutzt werden. Versuchen Sie Hashtags für sich zu gewinnen und setzen Sie eigene Akzente. McFIT mit #StolzAufMich oder Celebrity Fitness mit #EverydaygetBetter sind nur einige von vielen weiteren Beispielen, wie man einen solchen Hashtag erfolgreich etablieren kann.

Endspurt: die letzten 10 Push-ups

Für diese letzten zehn Likes/Kommentare haben Sie Ihrem Instagram-Account nun mit den bisherigen Trainingsreizen schon ein optimales „Warm-up" ermöglicht. Erkunden Sie weitere Beiträge im „Explore-Bereich", da Ihnen Instagram nun Beiträge aufzeigt, die automatisch zu Ihnen und Ihrem Studio passen. Dies können z. B. „Freundes-Freunde" von Mitgliedern sein, die Sie so erreichen oder einfach nur inspirativer Content, von dem Sie lernen bzw. den Sie weiter für sich nutzen können. Wichtig hier: Nutzen Sie keine Autobots zum Kommentieren und Liken. Dies wird von Instagram erkannt und Ihr Account wird möglicherweise für kurze oder unbegrenzte Zeit blockiert. Agieren Sie deshalb hier lieber „natürlich" und nutzen Sie die vielen Eindrücke auch als Inspiration für Ihre eigenen Postings – Ihre Abonnenten werden es Ihnen mit höherem Engagement danken.

Übertraining bzw. negative Konsequenzen. Zu viele Aktionen innerhalb von 24 Stunden bestraft Instagram direkt und der Account wird zeitweise blockiert.

3. Instagram TV — ein schlummerndes Potenzial

Instagram TV erlaubt Nutzern derzeit den Upload von Videos mit einer Länge von zehn Minuten im Vertikalformat und will sich neben YouTube in Zukunft auch als Anbieter für längeren Video-Content nachhaltig etablieren. Um es nutzerfreundlicher zu gestalten, adaptierte Instagram das Feature und ermöglicht Nutzern, Videos jetzt auch im Horizontalformat hochzuladen. Videos erreichen nach neuesten Erkenntnissen zwar nicht per se ein höheres Engagement als Bilder, sie erhöhen jedoch die Verweildauer beim jeweiligen Post. Da davon wiederum in der Folge die Sichtbarkeit und Reichweite zukünftiger Postings abhängen, bergen gerade diese neuen Videomöglichkeiten neben klassischen Bilderpostings ein schlummerndes Potenzial, das es zukünftig für Studiobetreiber zu nutzen gilt. Seit Februar 2019 verknüpft Instagram den Feed mit Instagram TV und sorgt mit seinen Updates dafür, dass dieser Bereich an Relevanz zunimmt und immer weiter ausgebaut wird. Aktuell zeichnet sich der Trend ab, dass die Plattform Videos im Vertikalformat tendenziell mehr Reichweite bietet. Diese punktuell wahrnehmbaren Veränderungen decken sich mit der «Video-First-Strategie» von Instagram bzw. Facebook und sind ein klares Indiz dafür, dass genau diesem Bereich zukünftig noch mehr Bedeutung zukommen wird.

Auch bei Social Media gilt: Qualität vor Quantität

Die Qualität Ihrer Videos sollte immer möglichst hoch sein, jedoch ist eine professionelle Produktion keine notwendige Voraussetzung. Auch mit einem neueren Apple- oder Android-Gerät lassen sich heute schon Aufnahmen mit hoher Auflösung erstellen, die für das eigene Social-Media-Marketing genutzt werden können. Über Videos aus dem Studioalltag, Trainerporträts, Erfolgsgeschichten sowie besondere Aktionen oder Ähnliches lassen sich Emotionen oftmals viel besser, authentischer und günstiger verkaufen als über professionelle, kostenintensive Videobearbeitungen.

Mögliche Video-Formate

4. Hashtags als «Booster» — Nutzen Sie es aus!

Um die Reichweite eines Beitrags auf Instagram zu erhöhen, ist die richtige Hashtag-Strategie ein entscheidender Erfolgsfaktor. Nutzen Sie (wie unter Punkt 2 erläutert) bevorzugt spezifische und relevante Hashtags. Aber wie viele Hashtags braucht es in der Praxis wirklich? Eine optimale Anzahl von genutzten Hashtags pro Post gibt es de facto nicht und es existieren nur generelle Empfehlungen. Hier arbeiten viele Unternehmen mit eigenen Erfahrungswerten; sie nutzen im Durchschnitt ca. sieben bis neun Hashtags pro Post. Aktuelle Analysen (siehe Abbildung) verdeutlichen jedoch, dass Posts mit 30 Hashtags tendenziell mehr Likes generieren als andere Beiträge. Sicher sind hierunter auch irrelevante Account-Interaktionen zu finden, jedoch sorgt die höhere Anzahl an Hashtags wiederum dafür, dass der entsprechende Post durch den Algorithmus mehr Reichweite bekommt. Angesichts dieser Analysen empfiehlt es sich, derzeit alle

Quelle: Fanpage Karma, Datenbasis 15 Mio. Instagram-Posts im Oktober und November 2018

30 möglichen Hashtags gezielt auszunutzen. Der Einsatz von mehr als 30 Hashtags ist aktuell nicht möglich — dies kann sich jedoch mit einem entsprechenden Instagram-Update jederzeit wieder ändern. Rechnerisch gesehen haben Beiträge mit 20 Hashtags sogar eine noch höhere Reichweite, erzielen jedoch in der Praxis weniger Interaktionen. Probieren Sie für sich am besten beides aus und sammeln Sie eigene Erfahrungswerte.

Vermeiden Sie jedoch Hashtags, die häufig von Spam-Software und Accounts genutzt werden. #L4L (Hashtag Like for Like) oder ähnlich genutzte «Wachstums-Hashtags» werden mittlerweile stark in ihrer Reichweite eingeschränkt. Vergessen Sie auch nicht, Hashtags in Ihrer Instagram-Story einzubinden — jedoch reicht hier derzeit meist ein konkreter Hashtag (z. B. ein Event oder Ähnliches) vollkommen aus. Eine optimale individuelle Hashtag-Strategie ist ein kontinuierlicher Lernprozess und ergibt sich oft aus den ersten eigenen Erfahrungswerten bzw. Reaktionen.

5. Verwenden Sie Business-Profile

Der Instagram-Algorithmus ordnet die Posts zwar nicht mehr chronologisch zu, präferiert aber immer noch Postings, die aktueller sind. Posten Sie daher regelmässig zur richtigen Zeit, indem Sie die Insights Ihres Instagram-Accounts nutzen. Falls Sie noch kein Business-Profil nutzen, empfiehlt es sich schon allein deshalb, sich ein solches Profil anzulegen. Somit können Sie die besten Tage und Zeitspannen, an denen Ihre Zielgruppe online am aktivsten ist, für Ihre Postings identifizieren. Jedoch geht das perfekte Timing des Posts über den konkreten Zeitpunkt hinaus. Oft entscheidet hier schlussendlich der aktuelle Gemütszustand der Zielgruppe über den Erfolg. Diese Analysen geben Ihnen nichtsdestotrotz wichtige Hinweise zum generellen Nutzungsverhalten und sollten in Ihrer Posting-Strategie Berücksichtigung finden.

6. Bearbeiten Sie alle «Anfragen»

Instagram hat im Juni 2019 die Struktur der Anfragen angepasst und diese in einen Hauptordner und in «Allgemeines» unterteilt. Es empfiehlt sich, stets alle «Anfragen» zu überprüfen. Jede Anfrage stellt ein potenzielles Mitglied dar und sollte deshalb zeitnah bearbeitet werden. Zudem beeinflusst auch der Chat mit Mitgliedern die Relevanz im Newsfeed. Wenn Sie mit einem Mitglied chatten, erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass der nächste Beitrag diesem Mitglied direkt angezeigt wird.

7. «Schocken» Sie Ihre Zielgruppen mit digitaler Vielfältigkeit

Um zu wachsen, müssen auch im Instagram-Marketing die «Muskeln» von Zeit zu Zeit «geschockt» und neue Reize gesetzt werden. Nutzen Sie die verschiedenen Möglichkeiten von Instagram aus und sammeln Sie eigene Erfahrungswerte. Gehen Sie z. B. mindestens einmal die Woche «live», da Ihre Abonnenten dies als Einblendung sehen und Ihr Studio so an erster Position der «Instagram Stories» steht. Nutzen Sie Umfragen in der Instagram Story, um herauszufinden, welche Inhalte Ihre Nutzer am meisten interessieren. So «schocken» Sie Ihre Follower im positiven Sinne und überraschen sie mit zeitgemässem Content und kreativen Ideen.

Dabei ist auch dem «new kid on the blog» TikTok Beachtung zu schenken. Der Kanal, der 2019 ein massives Wachstum insbesondere bei der jüngeren Zielgruppe der 13- bis 17-Jährigen verzeichnete, wird nach meiner persönlichen Einschätzung sukzessive auch für die älteren Zielgruppen und die Fitnessbranche interessant werden, nachdem es über Lip-Sync, Tanz- und «Talent»-Videos hinausgewachsen ist. Der sogenannte «First Mover»-Vorteil ist nicht zu unterschätzen, jedoch sollten Sie zunächst auf Instagram mit korrekter Ausführung, Mut, Zeit- und Personaleinsatz «in Bewegung kommen».

Fazit

Um in Social-Media-Marketing möglichst up to date zu sein, sollte das organische Instagram-Marketing zukünftig ein fester Bestandteil Ihrer Marketingstrategie werden. Instagram bietet hier jede Menge innovative Möglichkeiten, seien Sie mutig! Nutzen Sie die Plattform gezielt für Ihr Studiomarketing und bauen Sie Ihre «digitalen Muskeln» weiter aus. Die konkreten Praxistipps lassen sich zusammen mit Ihren Mitarbeitern zielführend umsetzen und bieten eine gute Grundlage, um hier durchzustarten. Die dargelegten Strategien beeinflussen sich gegenseitig und sollten Ihnen einen sehr guten Start ins Instagram-Marketing ermöglichen. Testen Sie die verschiedenen Tools und Möglichkeiten aus und versuchen Sie, das volle Potenzial der Plattform mit steigender Erfahrung nach und nach weiter auszuschöpfen. In den nächsten Monaten können Sie mit diesen Tipps bares Geld sparen und neue Kunden für Ihr Studio gewinnen — Sie müssen die Plattform nur für sich nutzen! Spass, Learnings und Wachstum sind damit garantiert.

Auszug aus der Literaturliste

- Beilharz, F. & Expertenteam (2017). Der Online-Marketing-Manager — Handbuch für die Praxis (1. Aufl.) Heidelberg: O'REILLY.
- Lammenett, E. (2018). Online-Marketing-Konzeption (3. Aufl.). Polen: Roetgen.

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

Frederik Neust

Der Fitnessökonom arbeitete u. a. für Fitness First Germany & UK an diversen Digitalprojekten, bevor er nach Südostasien wechselte. Bis Anfang 2019 war er für das Online-Marketing eines asiatischen Hotelmanagement-Unternehmens zuständig. Es folgte der Schritt in die Selbstständigkeit, um innovativen Firmen den Markteintritt in Asien zu ermöglichen und strategisch «digitale Muskeln» aufzubauen. Zudem ist er als freiberuflicher Dozent und Autor für die BSA-Akademie tätig.
www.dhfpg-bsa.de

milon Hausmesse 2020: Erfolgreicher Start ins Jubiläumsjahr

(v.l.n.r.): Michael Müller (Bürgermeister Emersacker), Wolf Harwath, Martin Sailer (Landrat Landkreis Augsburg), Bernd Reichle, Andreas Kreil

«50 Jahre milon — Innovation aus Tradition» — unter diesem Motto stand die diesjährige Hausmesse von milon, die vom 27. bis zum 29. Februar 2020 im milon Hauptsitz in Emersacker stattfand. Rund 200 Besucher aus der Fitness- und Gesundheitsbranche kamen, um sich über die neusten Produkte und Services von milon zu informieren und gemeinsam das 50-jährige Jubiläum des bayerisch-schwäbischen Unternehmens zu feiern. Die Besucher, darunter auch zahlreiche Politiker aus der Region, erhielten einen Einblick in die Produktion der digital vernetzen Trainingsgeräte und Softwarelösungen sowie eine exklusive Führung durch die 50-jährige Unternehmensgeschichte. Zudem wurde das Unternehmen vom Landrat Martin Sailer im Rahmen einer persönlichen Ansprache geehrt.

50 Jahre milon: Eine Reise in die Vergangenheit

Die Besucher konnten bei der Führung durch die Produktionshalle nicht nur einen Blick hinter die Kulissen werfen, sondern auch auf eine Reihe innovativer Produkte der Firmengeschichte, die erstmals öffentlich präsentiert wurden. Neben der ersten automatischen Ballwurfmaschine zur Optimierung des Tennistrainings, mit der Dieter Miehlich 1970 das Unternehmen unter dem Namen «miha» gründete, war ausserdem die erste Serie elektronisch gesteuerter Kraft-Trainingsgeräte «Trainlab» ausgestellt, sowie die Geräteserie «TrainTec», mit der das Unternehmen 2005 das traditionelle Zirkeltraining neu interpretierte und die typische Zirkeltaktung etablierte.

«Wir entwickeln seit 1970 mit Leidenschaft innovative Produkte und Services, die jedem Menschen ein individuelles Fitness- und Gesundheitstraining ermöglichen. Dabei ist unsere Devise auch nach 50 Jahren immer noch dieselbe: Lokal produzieren und global handeln — und dabei stets die Bedürfnisse der Kunden im Blick haben», erklärt Bernd Reichle, CEO von milon. Dies spiegelt sich bis heute in der Produktion wider: Auch nach 50 Jahren werden alle Geräte mit höchster Sorgfalt und nach zertifizierten Qualitätsprozessen immer noch im Produktions- und Logistikzentrum in Emersacker bei Augsburg hergestellt.

Neue Möglichkeiten mit milon Q

Neben den Highlights aus der 50-jährigen Unternehmensgeschichte präsentierte milon auch seine aktuellen Produkte und Services: Vom milon Q Zirkel über Q free bis zu den five Geräteparcours bietet die milon Gruppe individuelle Lösungen für Fitness- und Gesundheitseinrichtungen. Studiobetreiber können ihren Mitgliedern mit milon und five so die perfekte Kombination aus Kraft-, Ausdauer- und Beweglichkeitstraining bieten.

Weiterhin wurde bei der Hausmesse erstmals das neue Q Konfigurationsmenü vorgestellt, mit dem Studiobetreiber ihre milon Q Geräte noch besser und individueller auf ihre Einrichtung abstimmen können. Zwölf neue Einstellungsmöglichkeiten erlauben die optimale Anpassung an die jeweilige Zielgruppe und Trainingsphilosophie, vereinfachen und automatisieren die Arbeitsabläufe und bringen darüber hinaus eine deutliche Zeitersparnis für die Trainer. So können beispielsweise nun alle Q Geräte im Studio zu bestimmten Uhrzeiten ausgeschaltet bzw. hochgefahren sowie automatisch zwischen dem Zirkelmodus Q circuit und dem freien Trainingsmodus Q free gewechselt werden. Mit dem neuen Q Setup Menü können Studiobetreiber ihren Mitgliedern ausserdem eine Trainingsdokumentation sowie eine smarte Anpassung der Trainingsintensität durch ihr persönliches Feedback am Übungsende ermöglichen.

Perfekte Synergien durch das milon Partnernetzwerk

Neben Physio Aktiv, dem deutschlandweit grössten Physiotherapeuten-Netzwerk, waren bei der Hausmesse zahlreiche Partner von milon vor Ort und präsentierten ihre Produkte und Dienstleistungen, die sich optimal mit den milon Trainingssystemen ergänzen.

Neu im milon Angebot für Studiobetreiber ist ausserdem der Vortrag für Mitglieder «50 ist das neue 30» von Boris Schwarz. Der Fitnessexperte und Buchautor verfügt über langjährige Erfahrung und ausgewiesenes Fachwissen zu den Themen Gesundheit, Sport und Ernährung und motiviert mit seinen Vorträgen seine Zuhörer, mehr Eigenverantwortung für den eigenen Körper zu übernehmen.

Wolf Harwath und Mathias Kasüske von milon präsentieren die neuesten Produkte und Services.

Swiss Prävensana Akademie

Fachschule für Gesundheitsberufe

Dein Weg zum Traumberuf!

Dein kompetenter Partner für Gesundheitsberufe im Bereich Fitness, Wellness, Massage, Ernährung, Psychologie, Naturheilkunde und Präventivmedizin.

„Dort wo Gesundheit Schule macht!“

Deine berufliche Zukunft als:

- dipl. Fitnessinstruktor/in
- Fitnesstrainer/in mit SVBO Zertifikat
- Med. Fitnessinstruktor/in
- Spez. für Bewegung- und Gesundheitsföderung mit Eidg. Fachausweis

- dipl. Wellnessfachmann/frau
- dipl. Ernährungsberater/in
- dipl. Gesundheitsberater/in
- dipl. Gesundheitsmasseur/in
- dipl. Berufsmasseur/in
- dipl. Personaltrainer/in

Für persönliche Beratung jetzt anrufen!

Hauptsitz Rapperswil SG
Untere Bahnhofstrasse 19
8640 Rapperswil
055 211 85 85

Standort Zürich
Vulkanstrasse 120
8048 Zürich
044 211 65 65

Standort Bern
Laupenstrasse 35
3008 Bern
031 332 75 75

Standort Chur
Gürtelstrasse 20
7000 Chur
081 630 85 85

FIT FÜR MEHR – Neuigkeiten aus der SAFS AG

SAFS Ausbildungen 2020 mit der SAFS Lernplattform – innovativ & digital, geringe Präsenz-Zeit, maximaler Kompetenz-Gewinn

Das bewährte SAFS-Ausbildungskonzept stetig angepasst und verfeinert, damit sich Interessierte praxisnah, zeitsparend und individuell die gewünschten Kompetenzen aneignen können:

Jede SAFS Ausbildung setzt sich aus geführtem und selbstgesteuertem Lernen zusammen und wird mit einem Nachweis abgeschlossen.

Geführtes Lernen — Zeit effizient nutzen

Das geführte Lernen findet in drei Phasen statt: Lernplattform, Präsenzphase und Lerntransfer.

SAFS Lernplattform — überall und jederzeit verfügbar

Die SAFS Lernplattform unterstützt Sie online während Ihrer Ausbildung: Damit eignen Sie sich die umfangreichen Kompetenzen eines Experten für Bewegungs- und Gesundheitsförderung in Ihrem eigenen Tempo und zur von Ihnen gewünschten Zeit an. Mit der Lernplattform erwerben Sie sich die Grundlagen für die kommende Präsenzphase.

Präsenzphase — für vorbildliche Praxis

In der Präsenzphase stehen der Praxisbezug und die sozialen Kompetenzen als Experte für Bewegungs- und Gesundheitsförderung im Zentrum: Die Ausbildungsinhalte werden umgesetzt und praxisbezogen vernetzt. Anwendungsmöglichkeiten werden diskutiert und ausprobiert.

Lerntransfer — kompetent und sicher auftreten

Praxis- oder Projektaufgaben erleichtern den Transfer in die Praxis und steigern das Verständnis für die verschiedenen Kundenanliegen.

Selbstgesteuertes Lernen — eigene Schwerpunkte mit der SAFS Lernplattform setzen

Ausführliche Studienunterlagen, Literatur-Empfehlungen und E-Impulse stehen Ihnen zur Verfügung, damit Sie sich intensiv und Ihrem Lerntempo entsprechend auf die Präsenzphasen sowie die Prüfungen vorbereiten können. Die Ausbildungsinhalte werden praktisch geübt und vertieft, dabei reflektieren Sie gezielt Ihre Kompetenzen.

www.safs.com

SAFS Weiterbildungszirkel 2020 – Für jeden das richtige Programm

Der SAFS Weiterbildungszirkel ist eine einzigartige Möglichkeit, Neues zu entdecken und den persönlichen Wissensstand zu erweitern!

Trends erkennen, mit dem Strom schwimmen. Nur wer sich dem Konkurrenzkampf stellt und versucht, der Schnellste zu sein, setzt neue Massstäbe. Permanente Weiterbildung macht tägliche Arbeit bewusst, frischt Basiswissen auf und vermittelt Neues dazu. Erfolgreiche Fitnessprofis schauen ständig voraus, denn was heute noch profitabel ist, ist morgen vielleicht schon nicht mehr so lukrativ. Im Weiterbildungsprogramm der SAFS findet jeder das Angebot, das zu seinen Bedürfnissen passt. Das unschlagbar günstige Jahresabonnement macht Weiterbildung für jeden bezahlbar.

Profi werden mit dem SAFS Weiterbildungszirkel Einzel-Abo

Ob Fitness-, Functional- oder Mental Training, Kurse, Gesundheit oder Sales & Service: Die Weiterbildungen der SAFS decken alle relevanten Bereiche der Fitnessbranche ab. Praktisch jedes Wochenende finden mehrere Weiterbildungen statt: 140 Workshops, Special Days und Expertentage stehen jährlich auf dem Programm.

Nachhaltiges Investment mit dem SAFS Weiterbildungszirkel Center-Abo

Mit dem Centerabonnement für CHF 1260 können Center ein Jahr lang jeweils zwei ausgewählte Mitarbeiter pro Weiterbildung teilnehmen lassen. Von Aerobic bis Yoga ist die gesamte Vielfalt der Fitness-Branche gegeben!
www.safsweiterbildung.ch

SAFS Fitness & Party Camp

Von 19. –26.09.2020 findet erneut das SAFS Fitness & Party Camp Robinson Club Daidalos, Kos statt. Das Event-Highlight im Sommer überrascht jedes Jahr aufs Neue. Die besten internationalen Fitnessexperten werden die Teilnehmer in dieser besonderen Woche körperlich fit halten, inspirieren und begeistern. Freuen darf man sich auf ein vielfältiges Programm! Die neuesten Fitnesstrends, gesunder Ernährung, Entspannung, Entdeckung, Spass und Party sind in diesem Camp geboten. Egal ob man ein Fitnessprofi ist oder Fitness gerade entdeckt – in der beliebten SAFS Woche ist alles möglich. Unvergessliche Momente sowie das Beste aus dem Fitnessbereich ist garantiert!
web.safs.com/de/safs-fitness-party-camp-2020

SAFS

AUFSTIEGSKONGRESS

FACHKONGRESS FÜR AKTIVE GESUNDHEITSGESTALTER

08.10. VORKONGRESS | 09. – 10.10.2020 | MANNHEIM

Nachhaltigkeit in der Unternehmensführung
Der Aufstiegskongress 2020: time for action

Unter dem diesjährigen Motto «time for action – Perspektiven schaffen und sichern» findet am 9. und 10. Oktober 2020 der 14. Aufstiegskongress im m:con Congress Center Rosengarten in Mannheim statt. Angesehene Experten der Zukunftsbranche Prävention, Fitness, Sport und Gesundheit informieren über die neuesten Trends und Entwicklungen. Interessierte erfahren bereits am Vortag beim wissenschaftlichen Vorkongress «Up-to-date» alles über die neuesten Forschungsergebnisse und Erkenntnisse.

Ein Muss für alle Branchen-Insider: Der Aufstiegskongress 2020

Heutzutage wird die «Ressource Mensch» im Arbeitsmarkt, der sich vom Arbeitgeber- zum Arbeitnehmermarkt gewandelt hat, immer wichtiger. Um den Erfolg des Unternehmens zu sichern, heisst es, die «richtigen» Leute für sich zu gewinnen. Die Selbstwahrnehmung von Kunden hat sich ebenfalls verändert. Seit einigen Jahren legen sie immer mehr Wert auf ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden — und das vor allem im Alter. Besonders in der Fitness- und Gesundheitsbranche gewinnt der Begriff «Nachhaltigkeit» in diesen Kontexten zunehmend an Bedeutung. Beim diesjährigen Aufstiegskongress sprechen daher renommierte Experten und Top-Speaker in ihren Vorträgen darüber, wie Unternehmen der Branche Perspektiven für ihre Mitarbeiter und dementsprechend auch für ihr Unternehmen schaffen und sichern und wie sie ihre Unternehmensführung nachhaltig gestalten können. Die Fitness- und Gesundheitsbranche bleibt wie keine andere Branche trotz Digitalisierung so sehr ein «People Business».

Erleben Sie zwei spannende Kongresstage

Teilnehmende erleben beim zweitägigen Fachkongress ein abwechslungsreiches Programm aus interessanten Fach-Foren, Intensivseminaren sowie Vorträgen, entspannenden Early-Morning-Workouts und einem freundschaftlichen Get Together mit DJ und Buffet. Die Partner-Ausstellung mit mehr als 20 Unternehmen aus der

2020 – TIME FOR ACTION

PERSPEKTIVEN SCHAFFEN UND SICHERN

Die Speakers Corner bietet Raum zum Gespräch

Fitness- und Gesundheitsbranche wird auch 2020 ein ganz besonderes Highlight sein. Teilnehmende haben hier die aussergewöhnliche Möglichkeit, sich im direkten, unverbindlichen Gespräch mit namhaften Firmen über die neuesten Produkte und Angebote aus der Branche zu informieren. Auch im Anschluss an die einzelnen Vorträge haben Interessierte die Chance, sich in der Speakers Corner in einer lockeren Atmosphäre mit den Referenten zu unterhalten. Die Kongress-Lounge lädt zum Entspannen und Plaudern mit anderen Kongressbesuchern ein.

Erstklassige Fach-Foren und Intensivseminare

Am zweiten Kongresstag wartet der diesjährige Aufstiegskongress wieder mit hochaktuellen Fach-Foren und praxisnahen Intensivseminaren auf. Die Besucher können sich auf spannende Vorträge aus den Bereichen Training, Gruppentraining, Management, Ernährung, Sportökonomie, Coaching und Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) freuen. Im Fach-Forum Training erläutert beispielweise Prof. Dr. Christoph Eifler in seinem Vortrag «Beachtung der Brutto- und Nettowirksamkeit des sportlichen Trainings», wie man effektiv und vor allem nachhaltig (ohne unerwünschte Nebenwirkungen) trainiert. Frederik Neust beschäftigt sich als einer der Referenten des Fach-Forums Management mit der Frage, wie man Influencer- und Social-Media-Marketing lukrativ und erfolgreich betreibt. Auch in diesem Jahr bietet der Aufstiegskongress zwei ausgewählte Intensivseminare parallel zu den Fach-Foren an. Das Kongressprogramm ist in gestaffelter Form organisiert, sodass die Teilnehmenden an allen für sie interessanten Foren teilnehmen können.

UP-TO-DATE
WISSENSCHAFTLICHER VORKONGRESS
08.10.2020 | MANNHEIM

Aktuelle Forschungsergebnisse beim Vorkongress «Up-to-date»

Der wissenschaftliche Vorkongress «Up-to-date», der sich als etabliertes Forum zum Austausch über Forschungsergebnisse und Erkenntnisse in der Branche gilt, findet auch 2020 am Vortag des Aufstiegskongresses statt. Professoren und Forscher der DHfPG, weiterer Hochschulen sowie Forschungspartner präsentieren in ansprechenden Kurzvorträgen aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse. Anschliessend besteht die Möglichkeit, mit den Referenten über ihre aktuellen Forschungsprojekte und -ergebnisse rund um die Themen Prävention, Fitness, Sport und Gesundheit zu diskutieren. Der Vorkongress steht allen interessierten Kongressteilnehmern offen. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Weitere Informationen unter:
www.aufstiegskongress.de/vorkongress

Melden Sie sich jetzt zum Schnellstarter-Preis an!

Nutzen Sie den Schnellstarter-Preis ab 49 EUR pro Person und melden Sie sich und Ihre Mitarbeiter zum diesjährigen Aufstiegskongress an. Eine Anmeldung ist ab Anfang April möglich unter www.aufstiegskongress.de/anmeldung.

Mit dem Kongress-Newsletter immer auf dem aktuellsten Stand

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

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

Erleben Sie die Top-Speaker der Branche

Medienpartner

fitness MANAGEMENT INTERNATIONAL
medical fitness and healthcare

Veranstalter

Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement University of Applied Sciences
BSA-Akademie Prävention, Fitness, Gesundheit School for Health Management
BSA-Zert Zertifizierungsstelle der BSA-Akademie

Ninja-Park eröffnet in Sursee

Ninja, die exotische Wettkampf-Form boomt und wird auf verschiedenen Fernsehstationen gezeigt. Seit Anfang März kann man diese nun auch in der Zentralschweiz ausüben. Der neue Park mit Hindernisparcours wurde im hinteren Teil des rund 2'000 Quadratmeter grossen Progress Sports Club in Sursee errichtet. Ziel ist es, den Hindernisparcours, der in Anlehnung an die TV-Show Ninja-Warriors projektiert wurde, ohne Bodenkontakt zu überwinden.

Dahinter steht Patrick Zemp, Gründer und Eigentümer der Marke Progress. 2009 hat er in der Region Sursee den Progress Sports Club eröffnet. Seither wurde die Trainingsfläche schon zweimal ausgebaut. Seit gut vier Jahren befindet sich der Sports Club auf fast 2'000 Quadratmetern auf dem Stierli-Areal in Sursee. Weit über 1'000 Mitglieder schätzen die grosszügige Anlage mit Crossfit-Bereich und Laufbahn.

Patrick Zemp ist ein Know-how Träger. 1999 hat er den Wandel in der Ernährungsbranche frühzeitig erkannt und seinen Vital-Ernährungsshop in Sursee eröffnet. Durch seine Bescheidenheit und seine professionelle Art ist er ein wertvoller Ansprechpartner für Sportbegeisterte. Unterstützt wird er durch seine Lebenspartnerin Jessica Benz (dipl. Fitnessinstruktorin und Personaltrainerin). Gemeinsam bringen Sie den Sports Club voran.

Eines der grössten Workout-Center der Schweiz

Der Sports Club und die Trainingsfläche überzeugen durch eine familiäre Atmosphäre, ein grosszügiges Raumkonzept mit umfangreichen Gerätepark, über 100 individuelle Geräte für höchste Ansprüche (Life Fitness / Hammer Strength / ELEIKO), einen attraktiven Crossfitbereich mit 6 Rigs Stationen und 2 integrierte ELEIKO Plattformen, eine Rasenbahn für Schlitten ziehen, Ausfallschritte, Jumping und vieles mehr.

Ein beeindruckender Freihantelbereich bis zu 80 kg und mehrere Power Racks Stationen machen den Sports Club zu einem der grössten Workout-Center der Schweiz.

Sportnahrungsergänzung

Schon seit 1999 ist Patrick Zemp mit seiner Firma Progress Produzent und Anbieter von hochwertiger Sportnahrungsergänzung und erfüllt die hohen Ansprüche von Hobby- und Fitnesssportlern sowie Hochleistungsathleten. In seine Produkte fliessen die neusten wissenschaftlichen Erkenntnisse.

Mit dem Schweizer-Qualitätsgedanken und der langjährigen Erfahrung hat sich die Firma im Schweizer Markt einen Namen gemacht. Auch Naturalbodybuilder verlassen sich auf die Produkte und bereiten sich mit diesen im Sports Club auf den Wettkampf vor. Sämtliche Produkte werden in der Schweiz nach GMP-Richtlinien hergestellt. Die verwendeten Rohstoffe haben den höchstmöglichen technischen Standard und die Herstellung unterliegt dem HACCP-Konzept.

Ninja-Park

Astrid Sibon, die im Sports Club trainiert, schaffte es in der zweiten Staffel von «Ninja Warrior Switzerland» als einzige Frau ins Finale und war «Last woman standing». Sie war es, die Patrick Zemp zu einem solchen Parcours inspirierte, weil sie einmal ihm gegenüber bemerkte, dass sie die Trainings für die Ninja-Warrior-Shows stets in Deutschland absolvieren müsse, weil es in der Nähe keine Trainingsmöglichkeiten gäbe. Ein Kollege von Zemp, der oft in den USA unterwegs ist, berichtete ihm von den Ninja-Parcours, die in Übersee viel Zulauf haben. Da erkannte er das Potenzial und liess einen Parcours bauen, der ihn rund eine Viertelmillion Franken kostete.

Den Parcours dürfen alle benutzen, die ein Abo des Progress Sports Club besitzen. Einzeleintritte gibt es auf Anfrage für 20 Franken. Dies gilt für Interessenten, die 25 Kilometer und weiter entfernt von Sursee wohnen.

Patrick Zemp ist überzeugt, dass schnell viele Leute Gefallen an diesem Ninja-Sport finden werden. Das er damit nicht ganz auf dem Holzweg ist, zeigte das Interesse für den Wettkampf Progress Warrior, der im Rahmen der European Ninja League am 29. Februar bei der Eröffnung des Parcours stattfand und mit einem Preisgeld von 3'000 Franken dotiert war. Die Teilnahme wurde auf 60 Personen beschränkt und bereits nach einer Woche waren sämtliche Startplätze vergeben.

www.progress.swiss

Mitarbeiterführung in der Fitnessbranche
Leistungsträger von morgen erkennen und fördern

Schon lange reicht es nicht mehr aus, als Führungskraft «nur» Aufgaben zu verteilen. Heutzutage bedeutet Führen in erster Linie «wahrnehmen» auf der Grundlage von Verstehen, Fördern und Fordern. Vor allem in der Entwicklung und Stärkung von Nachwuchsführungskräften sind diese Skills besonders gefragt. Vor allem die Fitness- und Gesundheitsbranche ist als Dienstleistungsbranche auf qualifiziertes Personal, das den Unterschied macht, angewiesen. Doch wie findet man die Leistungsträger von morgen und wie führt man sie und bindet sie an das Unternehmen?

Zunehmend taucht bei vielen Centerbetreibern immer häufiger die Frage auf: Wer übernimmt mein Fitnesscenter bzw. wie organisiere ich meine Nachfolgeregelung? Es werden Nachfolger auf strategischer Ebene genauso benötigt wie qualifizierter Nachwuchs für die steigenden Leistungs- und Qualitätsansprüche der Kunden im operativen Centeralltag. Die Dienstleistung «Fitness» ist nicht greifbar und so wird der Dienstleister zur Vertrauensperson. Gleichzeitig sind folgende Rahmenbedingungen in der Fitnessbranche zu konstatieren:

- Lange Arbeitszeiten und Arbeitszeiten, wenn andere Freizeit haben
- Unser Wirtschaftszweig ist umgeben von Branchen, die einen Fachkräftemangel aufweisen...
- ...und nicht nur bereit sind, mehr zu zahlen, sondern es auch tun.
- Durch die Digitalisierung gibt es diverse konkurrierende Fitnessangebote, die günstiger und auch jederzeit verfügbar sind.

Entsprechend braucht unsere spezielle Branche Menschen, die den Unterschied im Erleben der Dienstleistung ausmachen und Kunden, die wiederum auch bereit sind, für diesen Unterschied den entsprechenden Preis zu bezahlen! Kurzum: Es werden Leistungsträger gesucht.

Junge Talente finden, führen und binden

Wenn man sich intensiv mit der Managementliteratur zum Thema Leadership und Führung (vgl. Malik, 2013; Drucker, 2016, usw.) auseinandersetzt, sind drei zentrale Bausteine bei der Entwicklung von neuen Leistungsträgern besonders wichtig. Das Finden, Führen und Binden von jungen Talenten sind die Kernaufgaben einer jeden Führungskraft, die Leistungsträger im eigenen Unternehmen entwickeln und langfristig beschäftigen will.

«Right Potentials» vor «High Potentials»?

Ein erster Schritt ist die Definition, was unter Leistung und Leistungsträgern verstanden wird. Oftmals sind es nicht die «High Potentials», sondern vielmehr die «Right Potentials», die für den qualitativen Schub sorgen — also die Menschen, die zum Unternehmen und seiner Wertestruktur am besten passen (vgl. Bartscher & Stöckl, 2019). Hierfür wird eine klar positionierte Arbeitgebermarke genauso benötigt wie sauber definierte Auswahl-, Berufungs- und Förderprinzipien, denn diese erwarten aufstrebende Nachwuchskräfte heute.

Prüfen Sie, nach welchen Prinzipien bei Ihnen Führungskräfte ausgewählt und Leistungsträger identifiziert und gefördert werden?

Die zentrale Bedeutung von Führungskräften spiegelt sich in ihrer Qualität wider. Gerade Nachwuchsführungskräfteprogramme müssen zwei wesentliche Ziele verfolgen:

1. Sind die Teilnehmenden nach solchen Programmen bereit, Menschen zu führen?
2. Wenn die Antwort «Ja» lautet, muss die zweite Frage sein: Was ist Ihr Führungsverständnis?

Nicht selten haben Führungskräfte in der Praxis diverse komplexe Aufgaben zu meistern und sind auch im operativen Tagesgeschäft zeitlich voll eingespannt. Entsprechend fehlt im Alltag die Zeit für Führung. Es ist also ein Zeit- und Aufmerksamkeitsmanagement erforderlich, um herauszufinden, für was und mit wem Führungskräfte ihre Zeit verbringen. Hier wiederum kommt es oftmals zu einer überproportionalen Aufmerksamkeit für Mitarbeiter, die zwar können und sich Aufgaben zutrauen, allerdings nicht wollen. Diese Energie fehlt wiederum für die Leistungsträger, die sich mit einem starken Wollen, Können und Selbstvertrauen auszeichnen.

Die Konsequenz: Leistungsträger kündigen innerlich oder verlassen das Unternehmen, wenn sie nicht gefördert und gefordert werden.

Die Qualität der Führungskraft ist entscheidend

Leistungsträger von heute sind selbstbewusst, konsequent und wollen gefordert und gefördert werden, denn sie wissen: «Wer immer tut, was er schon kann, bleibt immer das, was er schon ist» (Henry Ford). Entsprechend attraktiv müssen die Aufgabe, das Umfeld und die Rahmenbedingungen sein.

Geben Sie Ihren Leistungsträgern ausreichend Raum und Zeit, um sich zu entwickeln? Und: Haben Ihre

Führungskräfte den Mut, die Leistungsträger so zu entwickeln, dass diese besser werden als sie selbst?

Gerade Angst verhindert diese unbedingte Entwicklungsbereitschaft, weswegen Führung auch als «Emotionsmanagement» bezeichnet werden kann: Führung ist der Umgang mit weichen Faktoren — besonders mit den eigenen Emotionen und den Emotionen des Gegenübers.

Das Ziel von Führung in der Dienstleistungsbranche ist es, dass die Mitarbeiter ihren Beitrag zum Erreichen der Unternehmensziele leisten. Je besser die Führungsqualität, desto eher sind die Mitarbeiter nicht nur bereit dazu, sondern auch über die Massen engagiert, diesen Beitrag zu liefern und sich aktiv ins Unternehmen einzubringen — teilweise auch mit Aufgaben, an die sie sich vorher nicht herangetraut hätten oder zu denen sie nicht bereit gewesen wären. Hauptaufgabe vor dem Hintergrund dieser Zielsetzung ist es, dass Führungskräfte in der Lage sind, menschliche Beziehungen aufzubauen — zwischen Führung und Geführten sowie innerhalb des Teams.

Abb.: eigene Darstellung in Anlehnung an Gallup Inc. (2017)

Folgende Kernergebnisse können durch den Abgleich aktueller Managementtheorien und Untersuchungen der aktuellen «Führungspraxis» in Fitness- und Gesundheitsunternehmen aus zahlreichen Bachelor- und Master-Thesen der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) seit 2014 festgehalten werden:

- Führung: wesentlicher Faktor für Unternehmenserfolg
- Verhalten von Führungskräften: wesentlicher Einflussfaktor für Mitarbeitermotivation
- Leadership: spielt in der Fitnessbranche (noch) keine entscheidende Rolle
- Transformational geführte Mitarbeiter sind leistungsfähiger, stärker intrinsisch motiviert und kreativer sowie zufriedener als transaktional geführte
- Berufliche Förderung spornt zu Höchstleistungen an
- Kommunikation (Reden und Zuhören) und Feedback sind entscheidende Führungstools
- Diskrepanz zwischen Selbsteinschätzung und Fremdeinschätzung bei Führungskräften
- Wertschätzung und Anerkennung scheint wichtigstes Führungsinstrument zu sein

Insbesondere die beiden letzten Ergebnisse sind zentral und werden durch das Thema Wahrnehmung verbunden. Es gibt eine eindeutige Diskrepanz zwischen der Selbst- und Fremdwahrnehmung von Führungskräften und ihrer selbst erlebten Qualität:

Wahrnehmung spielt also eine wesentliche Rolle. Wahrnehmung ist die Grundlage für Wertschätzung und Anerkennung und mangelnde Wahrnehmung führt zu mangelnder Wertschätzung. Die Fähigkeiten, Wertschätzung und Anerkennung zum Ausdruck zu bringen, stellen zentrale Entwicklungsfelder für Führungskräfte sowohl aus wissenschaftlicher als auch aus Praxis-Sicht dar — das folgende Zitat kann hierfür instrumentalisiert werden: «Erstaunlich, wie viele sich in der Kostenrechnung prima auskennen, aber in der Einschätzung von Werten jämmerlich versagen» (Peter E. Schumacher, Publizist).

Fazit

Nur wenn Führungskräfte sich diesen Kernaufgaben und relevanten Aspekten der Mitarbeiterführung bewusst sind und vor allem auch danach handeln, können aufstrebende Leistungsträger effektiv weiterentwickelt und langfristig an das eigene Unternehmen gebunden werden. Weitblick, Umdenken und eine ständige Reflexion des eigenen, klar definierten Führungsverständnisses sind deshalb von elementarer Bedeutung — nicht nur dann, wenn man sich mit der Nachfolgeregelung auseinandersetzt. Wollen ist gut, machen ist besser! Dieses Entwicklungsfeld ist zügig zu erschliessen und zu besetzen — Trainings, Coachings und Weiterbildungen für Führungskräfte gibt es viele: Wer die «Right Potentials» sucht, muss in der Praxis auch bereit sein, das Richtige zu tun.

Auszug aus der Literaturliste

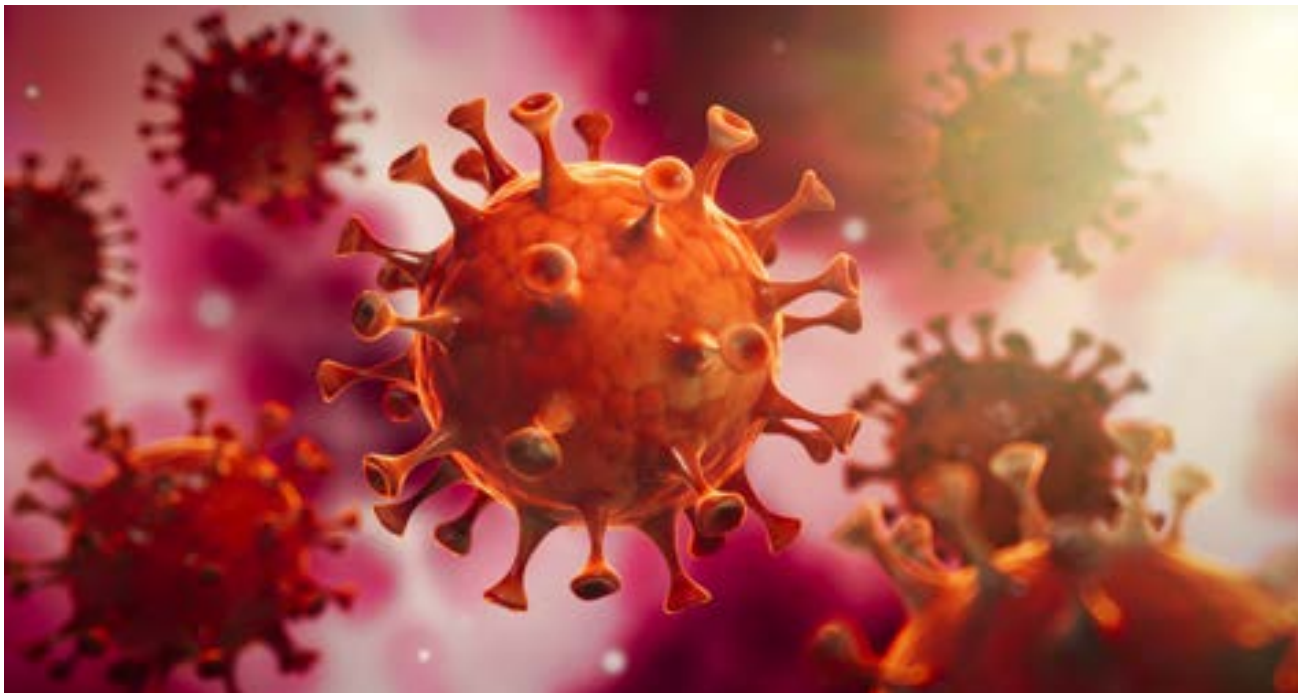
- Bartscher, T. & Stöckl, J. (2009). Systematische Entwicklung von Leistungsträgern in der Praxis: In Pro Firma (11), 76—79.
- Drucker, P. F. (2016). Das Geheimnis effizienter Führung. Harvard Business Manager, (1), 6—13.
- Gallup Inc. (Hrsg.) (2017). Infografik zum ENGAGEMENT INDEX 2016. Zugriff am 14.11.2019 unter http://downbeatradio.eu/wp-content/uploads/2017/03/GallupEngagementIndex2016.pdf

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

Prof. Dr. Oliver Schumann

Prof. Dr. Oliver Schumann ist für die BSA-Akademie und die Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement als Dozent, Tutor und Autor tätig. Die Schwerpunkte seiner Professur liegen in den Bereichen Strategisches Management, Neurokommunikation und Sportökonomie.
www.dhfpg-bsa.de

Schützt Vitamin C vor einer Coronavirus-Infektion?



Es gibt etliche wissenschaftliche Arbeiten darüber, dass Vitamin C ab einer gewissen Blutkonzentration sowohl präventiv als auch bei bereits bestehender Infektion gegen Viren wirksam ist. Unabhängig von der aktuellen Coronavirus-Infektion laufen weltweit rund 140 klinische Studien zum Einsatz von Vitamin C bei allgemeinen Infektionen, rund 60 Studien zum Einsatz von Vitamin C bei Virusinfektionen und etwa 40 Studien zum Einsatz von Vitamin C bei lebensbedrohlicher Blutvergiftung (Sepsis). Die Studien können unter www.clinicaltrials.gov eingesehen werden.

Weltweite Grippewellen

Alle 10 bis 40 Jahre führen Influenza A-Viren zu weltweiten Grippewellen. 1918/19 starben an der «Spanischen Grippe» zwischen 20 und 40 Millionen Menschen. 1957/58 wütete die asiatische Grippe. Auch dieser Grippe fielen gut eine Million Menschen zum Opfer. 1968/69 folgte die Hongkong-Grippe mit ähnlich vielen Opfern.

Wenn irgendwo auf der Welt ein neues Virus auftaucht, dauert es meist nur wenige Tage oder Wochen, bis es auch auf andern Kontinenten auftritt. Bei einer länder- und kontinentübergreifenden Ausbreitung einer von Mensch zu Mensch übertragbaren Krankheit spricht man von einer Pandemie. Eine Pandemie ist also im Gegensatz zu einer Epidemie nicht örtlich beschränkt.

Eine mögliche Empfehlung zur Vorbeugung:

- Vitamin C täglich als Kapsel oder Tablette mit 2 bis 3 Gramm zuführen.
- Vitamin D täglich als Tropfen (in Kombination mit K2) einnehmen.

Diese Empfehlungen sind selbstverständlich ohne eine Gewähr, ob sie zur Vorbeugung des Coronavirus helfen.

Hilft Vitamin C auch bei bereits erkrankten Personen?

Gemäss dem bekannten Arzt Michael Spitzbart hilft hochdosiertes Vitamin C auch bei bereits erkrankten Personen und soll auch ein Grund sein, weshalb China das Problem Coronavirus langsam in den Griff bekommt. Gemäss Dr. med. Spitzbart ginge dadurch aber der Pharmaindustrie ein Milliardengeschäft durch die Lappen.

Es ist für die Redaktion der FITNESS TRIBUNE aktuell sehr schwierig zwischen echten News und Fake-News zu unterscheiden. Trotzdem sind wir aber der Meinung: Mehr Vitamin C, ob es nun gegen Corona hilft oder nicht, kann in der jetzigen Situation sicher nicht schaden.

Anzeige

FUNCTIONAL EXPERIENCE

iNOTEC HEALTH & FITNESS

THE HEXAGON®

Der ästhetische, multifunktionelle Turm

Programme für AthleticTraining, Rehab, Senioren, Sportclubs etc.

Mit Doppelkabelzug

Top-Qualität und Korrosionsschutz

Outdoor-Kit

TUM
www.tum-sports.com

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

15. AUSGABE

RIMINIWELLNESS

FITNESS WELLNESS & SPORT ON STAGE

RiminiWellness

YOU NIQUE EXPERIENCE

28.-31. MAI 2020

#RW20

EXPO CENTRE & RIVIERA DI RIMINI
ITALIEN

Organisiert von
ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

In Zusammenarbeit mit
ITA
ITALIAN TRADE AGENCY
ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane

Sonderabteilungen
FOODWELL EXPO
RIMINI STEEL
RIABILITEC
PILATES JUNCTION

#RW20
RIMINIWELLNESS.COM

Anzeige

HIMMELBACH
Vital-Paket.ch

100% natürlich
Mikro-Nährstoffe
Swissness
Vegan

Monatlich dein
Vital-Paket nach Hause
geliefert bekommen

Interessantes Geschäftsmodell für Studios.
Kein Lager, kein Risiko -
dafür monatlich mehr Einnahmen!

Kostenloses Startpaket anfordern:
info@vital-paket.ch

Top ausgerüstete Murmeltiere suchen Coaches

Frühlingszeit — was für eine schöne Jahreszeit. Nach den kahlen, nassen Wintermonaten geht einem richtig das Herz auf, wenn die Natur wieder Farbe annimmt. Jedoch nicht nur die Natur zeigt sich von der farbenprächtigen Seite — auch die top motivierten Neusportler und Wiedereinsteiger sind aus dem Winterschlaf erwacht. Neu eingekleidet, farbig wie der Frühling, voller Euphorie und Motivation endlich was für das Wohlbefinden und das Ego zu tun. Sie strotzen voller Energie, um endlich in diesem Jahr das lang erwünschte Ziel, einen Marathon zu finishen, anzugehen.

Wo waren all diese Menschen zwischen Oktober und März? Gibt es auch im Unterland Murmeltiere?

Andere Szene auf dem Vita-Parcours. Das Ziel immer vor Augen: Finish Marathon! Total motiviert und mit Zuversicht joggen die Neusportler und Wiedereinsteiger los. Dank der perfekten Ausrüstung und dem hochmodernen Fitnesstracker am Handgelenkt kann nichts schief gehen. Bis auf die Ausdauer — diese lässt zu wünschen übrig. Der kleinste Aufstieg auf der 2,9 km langen Runde bringt sie ziemlich ausser Atem und ins Schwitzen. «War die Runde im letzten Jahr auch so coupiert?». «Wieso habe ich mich im Winter so gehen lassen?» — «Warum habe ich das Training über den Winter hinweg nicht durchgezogen?» Solche Gedanken können einem schon beschäftigen vor allem wenn der Sauerstoff ausgeht. «Hei, positiv denken. Das kommt schon gut. Ich bin dabei» muntern sie sich in Gedanken auf.

Erste Runde geschafft! Mit stolzer Brust wird die Karte beim Vita-Parcours Start nochmals studiert. Kurz überlegen? «Lief doch ganz gut, das Wetter stimmt, ich häng noch eine Runde an». Total erschöpft, aber überglücklich geht's nach 1 Stunde joggen ab unter die Dusche. Sichtlich zufrieden mit der heutigen Leistung kommt nur kurz der Gedanke hoch: «War schon lange, eine Stunde joggen nach der Winterpause aber egal, wenn es mal läuft, dann läuft's.

Das Aufstehen am nächsten Morgen geht gut. Jedoch im Laufe des Tages wird das Treppensteigen immer schmerzhafter und gegen Abend bevorzugt man dann doch den Lift. Da man am Vortag eine super Trainingseinheit (einfach zu lange) absolviert hat, wird kurzerhand entschieden das heutige Training sausen zu lassen. Auch am darauffolgenden Tag und die Tage danach lässt man es sein. Denn die Schmerzen haben ihren Höhenpunkt erreicht.

Egal ob das Ziel ein Marathon ist oder einfach fitter zu werden. Ein guter Aufbau mit einer guten Betreuung, ist wichtig. Es lohnt sich qualifizierte Coaches beizuziehen, die einen an das Ziel heranführen. Das Training soll Spass machen. Dabei ist der Start enorm wichtig. Dieser sollte gut dosiert sein und nicht, dass der erste Lauf ein Fiasko wird und man seine Laufschuhe auf Riccardo verhökert.

Ein guter Aufbau, die richtige Dosierung, die Regelmässigkeit ist die halbe Miete. Also liebe Coaches; überlasst Murmeltiere aus dem Unterland nicht ihrem Schicksal und zeigt Ihnen, dass mit einer qualifizierten Person jedes Ziel erreichbar wird — denn die Ausrüstung allein reicht nicht für den Erfolg (aber sie motiviert).

Priska Hasler

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

visit www.fitinteriors.com follow us

DESIGN FIRST.

SCHWEIZ

FIMEX
distribution ag

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

fit interiors

DESIGNED AND PRODUCED IN ITALY

Gruppo P&G srl • Via Emilia, n.3916, 47020 Longiano (FC), Italy • tel. (+39) 0547 58746 • info@gruppopeg.com

Nachwuchskräfte für die Fitnessbranche – neues Ausbildungskonzept mit Zukunft!

Die Deutsche Sportakademie startet ab Herbst 2020 ein neues, innovatives duales Ausbildungskonzept zum Sport- und Fitnesskaufmann/-frau (IHK) mit der Zusatzqualifikation Professional Fitnesscoach. Die Besonderheit des neuen Lehrgangs: Praxisnähe in Kombination mit Fachwissen — bereits nach vier Wochen erlangen die Teilnehmer die grundlegende Fitnesstrainer B-Lizenz. Mit dieser Basisqualifikation können die angehenden Sport- und Fitnesskaufleute von Beginn ihrer Ausbildung an als Trainer tätig werden. «Das stellt für die fitnessbegeisterten Auszubildenden und deren Betriebe einen grossen Mehrwert dar», erklärt Irina Luxem, Ausbildungsorganisation Deutsche Sportakademie.

Das neue Ausbildungskonzept zum Sport- und Fitnesskaufmann/-frau inklusive Professional Fitnesscoach vermittelt in 36 Monaten alle wichtigen Kenntnisse, um die Prüfung vor der Industrie und Handelskammer (IHK) erfolgreich abzulegen. Während der dualen Ausbildung erhalten die Teilnehmer insgesamt acht Trainerlizenzen in den Bereichen Group Fitness, Functional Fitness, Ernährung und Personal Training.

Durch einen starken Fokus auf die berufliche Praxis der Fitnessbranche, bietet das Ausbildungsprogramm der Deutschen Sportakademie Teilnehmern und Ausbildungsbetrieben mit Blended Learning, Webinaren und monatlich fest terminiertem Blockunterricht von drei bis fünf Tagen hohe Flexibilität und gute Planbarkeit. Das neue Ausbildungskonzept bildet Fachkräfte aus, die in Fitnessstudios vielseitig eingesetzt werden können. Während der gesamten Ausbildungszeit werden die Teilnehmer und deren Arbeitgeber durch feste Tutoren begleitet: Die Teilnehmer nehmen an einem wöchentlichem Online-Coaching teil und werden individuell auf die Prüfung vor der IHK vorbereitet.

Weitere Informationen zum Ausbildungsprogramm Sport- und Fitnesskaufmann/-frau der Deutschen Sportakademie erhalten Interessierte unter http://www.deutschesportakademie.de/ausbildung-fitnesskaufmann

Anzeige

Jetzt Aus- und Weiterbildung starten:
Fitnessfachwirt (IHK) *NEU* · Sport- und Fitnesskaufmann/-frau (IHK) inkl. Professional Fitnesscoach *NEU*
Sport- und Fitnesstrainer · Fitnesstrainer B-Lizenz · Personal Trainer
Achtsamkeitstrainer · Ernährungsberater · Functional Fitnesstrainer A-Lizenz u.v.m.

deutschesportakademie.de | team@deutschesportakademie.de | 0800.34 22 100 (kostenfrei)

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

Unternehmensnachfolge – Gute Zeiten, schlechte Zeiten?

Wieso sich Inhaber frühzeitig um die Nachfolge kümmern sollten und welche Möglichkeiten sich für ambitionierte Angestellte ergeben: Die Ergebnisse einer Masterthesis zum Thema Unternehmensnachfolge in der Fitnessbranche.

Die Baby-Boomer-Generation hat die Fitnessbranche in den letzten Jahrzehnten nachhaltig geprägt und die Entwicklung von Bodybuilding Studios hin zu inhabergeführten Premiumanlagen massgeblich beeinflusst. Die Studios, die zwischen 1985 und den frühen 2000er Jahren gegründet wurden, sind keinesfalls im Markt abgeschrieben. Viele dieser Studios bestehen weiterhin und haben Ihre Marke und Position gefestigt. Doch der Markt verändert sich und die Inhaber dieser Studios stehen kurz vor dem Rentenalter. Die Suche nach einem passenden Nachfolger gestaltet sich dabei oft schwieriger als gedacht. Denn nicht nur emotional kann es eine Herausforderung sein, das eigene Lebenswerk in die Hände des Nachfolgers weiterzugeben.

Tobias Thenée

hat seinen Master of Business Administration (MBA) an der DHfPG absolviert. Im Jahr 2019 wurde er selbst zum Unternehmensnachfolger der Activ Centrum Wegberg GmbH und übernimmt zum Juli ein weiteres Studio.
www.activ-centrum-wegberg.de

Viel Angebot, aber wenig Nachfrage

Die geburtenstarke Baby-Boomer-Generation (1946—1964) sorgt im Vergleich zu den Nachfolgegenerationen dafür, dass mehr Unternehmen zur Nachfolge bereitstehen, als Existenzgründer nachfolgen. Zusätzlich ist die Bereitschaft zur Existenzgründung in den letzten Jahren deutlich zurückgegangen. Die Zahlen der Existenzgründer und der Übernahmegründer sind in den Jahren von 2001 bis 2017 deutlich eingebrochen. Gab es zum Beispiel im Jahr 2001 noch ca. 148'000 Übernahmegründer im deutschen Mittelstand, so reduzierte sich die Zahl bis zum Jahr 2017 auf gerade mal 57'500 Übernahmegründer (Schwartz, 2019, S. 2). Zusätzlich beschäftigen sich viele Inhaber viel zu spät oder bisher gar nicht mit dem Thema Unternehmensnachfolge. Circa 36'000 Unternehmer im deutschen Mittelstand planen die Unternehmensnachfolge für die kommenden zwei Jahre, haben jedoch noch keine Aktivitäten diesbezüglich unternommen (Schwartz, 2019, S. 1). Die Zeiten für Unternehmensnachfolger sehen demnach tendenziell gut aus. Viele inhabergeführte Einzelstudios suchen potenzielle Nachfolger und haben eventuell noch nicht mit der Nachfolgeplanung begonnen.

Übertragungsformen

Sicherlich muss ein Nachfolger erst mal ein passendes Unternehmen finden und ein Unternehmen den richtigen Nachfolger. Doch auch hier verändert sich aufgrund der Generationen der Blickwinkel. Früher war es viel mehr die Regel, dass Familienunternehmen durch die eigenen Kinder fortgeführt wurden. Doch in einer Zeit der Selbstverwirklichung der Generationen Y & Z wird die familieninterne Nachfolge zunehmend unwichtiger. Dennoch ist die familieninterne Nachfolge als in Betracht gezogene Variante immer noch eine beliebte Wahl. Die unternehmensinterne Nachfolge durch Mitarbeiter oder Miteigentümer summiert sich auf 55 Prozent und die Nachfolge durch externe Käufer wird von 45 Prozent der Inhaber in Betracht gezogen (Schwartz, 2019, S. 3). Die unternehmensinterne Nachfolge bietet zudem einige charmante Vorteile. Der Nachfolger ist in viele Prozesse und Abläufe bereits eingearbeitet und kennt die Stärken und Schwächen des Unternehmens. Dieses Wissen kann er dann in seine Verhandlungen einbeziehen.

Auf einen Nenner kommen

Der wohl häufigste Stolperstein für eine erfolgreiche Unternehmensnachfolge ist die Kaufpreisfestlegung. Die unterschiedlichen Interessen beider Parteien unter einen Hut zu bekommen ist eine grosse Herausforderung. Der aktuelle Inhaber hat das Unternehmen über viele Jahre aufgebaut und muss sich nun von seinem Lebenswerk verabschieden. Dies ist emotional und sorgt dafür, dass bei der Wertermittlung meist eine «Herzblutrendite» miteinberechnet wird. An dieser Stelle sollten sich beide Parteien auf eine unabhängige Bewertung einigen. Das Ertragswertverfahren, welches häufig zur Bewertung von Unternehmen herangezogen wird, kann hier einen Grundstein für die Verhandlungen legen. Man sollte sich in jedem Fall die Expertise eines Sachverständigen zur Hilfe nehmen und das Unternehmen unabhängig bewerten lassen. Der

ermittelte Wert gilt als Basis für die Verhandlungen und sorgt dafür, dass der Nachfolger nicht deutlich zu viel bezahlt und der Altinhaber sein Lebenswerk trotzdem fair vergütet bekommt. Am Ende muss sich eine Übernahme für beide Parteien rechnen. Wenn der Nachfolger zu viel für die Übernahme zahlt, wird er sich mit hohen Tilgungen belasten. Dadurch verringert sich das Budget für unvorhergesehene Kosten und gewünschte Veränderungen.

Mit Unterstützung zum Ziel

Die beiden Parteien sollten während den Verhandlungen einen offenen und kooperativen Umgang pflegen. Der Nachfolger sollte Verständnis haben, dass eine Unternehmensnachfolge für einen Inhaber häufig eine unbekannte und einmalige Situation darstellt. Dennoch sollte der Inhaber die finanziellen und unternehmerischen Herausforderungen des Nachfolgers berücksichtigen. Da die Nachfolge einen komplexen Prozess auf verschiedenen Ebenen darstellt, ist es wichtig kompetente Berater einzubeziehen. Dazu gehören unter anderem der (BMWi, 2019, S. 15):

- Rechtsanwalt
- Notar
- Steuerberater
- Unternehmensberater/Sachverständiger
- Firmenkundenberater der Bank

Zusätzlich bietet das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie einen Leitfaden zum Thema Unternehmensnachfolge und eine Unternehmensbörse (www.nexxt-change.org).

Welche Voraussetzungen sollte der Nachfolger erfüllen?

Als Voraussetzung für den Nachfolger sind an erster Stelle betriebswirtschaftliche Kenntnisse von Bedeutung. Ein ehemaliger Trainer, der als Fachkraft absolute Bestleistung gebracht hat oder ein Vertriebler, der für den Grossteil der Mitgliedschaften im Studio verantwortlich war, ist nicht automatisch eine gute Führungskraft. Kenntnisse über Führung, Management und betriebswirtschaftliche Kennzahlen sind elementar für eine erfolgreiche Nachfolge. Der Nachfolger muss kein Steuerberater werden, jedoch ausreichend Kenntnisse in den Bereichen besitzen, um sich mit den jeweiligen Beratern auf Augenhöhe unterhalten zu können. Das Bildungsangebot bietet eine Vielzahl an Studiengängen, die Fachkräfte genau auf diese Aufgaben vorbereiten. Sollte der Nachfolger aus dem Unternehmen selbst kommen, ist es eine Herausforderung sich aus den Fachkraftaufgaben heraus und in die Unternehmeraufgaben hinein zu entwickeln.

Fazit

Die Inhaber, die sich auf den Ruhestand zubewegen, sollten sich frühzeitig um einen passenden Nachfolger bemühen, denn der Markt bietet ein grosses Angebot an Unternehmen, aber nur wenige potenzielle Nachfolger. Es ist kein leichter Schritt sein Lebenswerk in die Hände eines anderen zu legen und deswegen umso wichtiger, dass bei den Verhandlungen auf der Basis von Bewertungsverfahren gesprochen wird. Die hohe Identifizierung des Inhabers mit seinem Unternehmen sorgt teilweise für überzogene Preisvorstellungen und stellt somit ein Hindernis für die Finanzierung des Nachfolgers dar. Kommt die familieninterne Nachfolge nicht in Frage, so ist vor allem der Blick ins eigene Unternehmen sinnvoll. Ambitionierte Angestellte können aufgrund des guten Bildungsangebotes häufig alle notwendigen Grundqualifikationen mitbringen, um sich zu erfolgreichen Geschäftsleuten zu entwickeln. Zusätzlich bleiben die Grundwerte des Unternehmens vorhanden und somit wird das Lebenswerk im Sinne des Inhabers weitergeführt.

Literaturverzeichnis

- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi, Hrsg.). (2019). Unternehmensnachfolge. Die optimale Planung, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. Zugriff am 23.02.2020. Verfügbar unter https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Mittelstand/nexxt-unternehmensnachfolge-die-optimale-planung.pdf?__blob=publicationFile&v=34
- Schwartz, M. (2019). Nachfolge-Monitoring Mittelstand: Planungen stabil auf hohem Niveau. KfW Research, (241).

Anzeige

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

Das Beste

Wir alle erbringen jeden Tag unsere Leistungen. Im Job, in der Freizeit, im Fitnesstraining, privat mit der Familie oder in einer Partnerschaft. Wir «performen» täglich und überall. Die Erfolge, die wir dabei feiern sind ein wichtiger Zündstoff für die Eigenmotivation und sie stärken das Selbstvertrauen. Das ist gut so. Aber gibt es im Leben nur Erfolge? Wir alle kennen die Antwort. Wenn Erfolge nun das Selbstvertrauen heben, müssen dann die Misserfolge nicht konsequenterweise das Selbstvertrauen schädigen? Für die meisten Menschen ist das so. Das muss nicht sein. Prinzipiell haben Sie zwei Möglichkeiten, um das eigene Selbstvertrauen zu subventionieren. Sie können den Fokus auf folgende zwei Punkte richten:

1. Das Beste zu leisten.
2. Das Beste zu geben.

Das Beste zu leisten

Hier geht es nur um das Ergebnis. Den Schultest oder die Abschlussprüfung bestehen. Nur das zählt. Im Sport zählt nur noch der Sieg. Wenn ich den Test bestehe oder das Spiel gewinne, dann fühle ich mich phantastisch und bin der Überflieger. So denken viele und so zu funktionieren ist gefährlich, denn die Leistung wird mit dem Mensch-Sein vermischt.

Denn was geschieht, wenn ich den Test nicht schaffe, das Abzeichen nicht erhalte, wenn ich verliere, wenn der Applaus der Tribüne ausbleibt und die Daumen gar nach unten zeigen? Was dann? Wer sich selbst mit der Leistung verwechselt, der hat ein dornenreiches Leben vor sich. Denn reicht die Performance nicht aus, ist sie gar schlecht, dann muss ich es zwangsläufig auch sein. Der Mensch wird so zur Maschine degradiert, die zu funktionieren hat. Aber gerade im Sport ist der Grad von Erfolg und Misserfolg meist hauchdünn. Ein Leben mit dem Motto «from hero to zero» und umgekehrt ist ein defensives Leben. Die Angst nicht zu genügen ist dann allgegenwärtig. Das ist keine gute Basis für ein stabiles Selbstvertrauen.

Das Beste zu geben

Ob Examen, ob Vorstellungsgespräch oder Sport: Geben Sie einfach Ihr Bestes. Dabei gilt es folgendes zu beachten: **Ihr Bestes zu geben ist nicht dasselbe wie Ihr Bestes zu leisten.** Wir Menschen sind keine Maschinen. Eine funktionierende Maschine leistet immer 100 Prozent. Macht sie es nicht, dann ist sie kaputt. Der Output des Menschen aber, der variiert täglich. Wer zum Beispiel Tennis oder Golf spielt, der weiss genau, was ich meine. An einem Tag spielt man wie aus einem Guss, an einem anderen Tag kriegt man keinen Ball gebacken.

Über den **Output** haben wir oft **keine Kontrolle.** Viele Dinge sind in der heutigen komplexen Welt von externen Faktoren abhängig, auf die wir wenig bis gar keinen Einfluss haben. Vieles ist von Zufall, Pech oder Glück abhängig. Meist viel mehr, als wir annehmen. Was wir aber immer unter Kontrolle haben ist unser Input. **Der Input — dafür sind wir verantwortlich**. Darauf gilt es den Fokus zu richten. Geben Sie Ihr Bestes. Sei die Situation noch so vertrackt, schwierig, unbequem oder gar unfair. Auch im Sport. An einem schlechten Tag ist die Qualität Ihres Spiels vielleicht bloss 70%. Wer merkt, dass heute sein Spiel nicht gut ist, der kann sich entweder hängen lassen oder sich reinhängen. Beim zweiten Fall ist er per se schon ein Gewinner, denn sich reinhängen, wenn alles super läuft, das ist keine grosse Sache.

Wie ist mein Input? Diese Frage ist der Kompass für alle Aufgaben, die Sie in Ihrem Leben zu stemmen haben. Manche Dinge werden gut gehen, andere nicht. Das Beste zu geben, das ist alles, worum es geht. Dann gibt es auch keine Vorwürfe. Von niemanden — auch von sich selber nicht. Überlegen Sie: Sie können nicht mehr als 100 Prozent geben. Wenn das nicht ausreicht, dann ist das halt so.

Ein Beispiel: Sie gehen gut vorbereitet in ein Vorstellungsgespräch. Es verläuft angenehm und das gibt Ihnen ein positives Gefühl. Ein paar Tage später erhalten Sie die Nachricht, dass der Top-Job an eine andere Person vergeben wurde. Wenn Sie jetzt nur an das Resultat denken, dann haben Sie eindeutig versagt. Sie fühlen sich schlecht. Offensichtlich gibt es eine andere Person, die besser «performt» hat als Sie. Shame on you, Sie Loser. Selbstvertrauen ade und Feuer frei für selbstverletzende Gedanken.

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

Wenn ich aber weiss, dass ich beim Gespräch einfach mein Bestes gegeben habe, dann muss ich mir bei einer Absage keine selbstverletzenden Gedanken schnitzen. Zumal die Zusage von vielen externen Faktoren wie Sympathie, Bewerberpool, Anforderungsprofil usw. abhängig ist, auf die ich KEINE KONTROLLE habe.

Verlieren Sie vielleicht Ihren Job? Das wird Sie heftiger treffen, wenn Sie sich bloss über das Ergebnis definieren, als wenn Sie wissen, dass Sie stets Ihr Bestes gegeben haben. Nochmals — weil es so wichtig ist — über vieles, welches das Resultat beeinflusst, haben wir keine Kontrolle.

Wenn Sie Ihr Bestes geben, dann können Sie immer in den Spiegel schauen. Dann ist Ihr Selbstvertrauen kein fragiles Gebilde. Wer alles gegeben hat, der kann mit dem Output viel besser leben. Mit Würde zu gewinnen ist schon grosse Klasse. Aber mit Würde zu verlieren, das ist edel. Das geht nur mit einem soliden Selbstvertrauen, welches sich primär vom eigenen Input und nicht bloss vom Output nährt. Prüfen Sie diesen Gedanken, bevor Sie ihn ablehnen.

Anzeige

WIPES
REINIGUNGSTÜCHER

Feuchte Reinigungstücher geeignet für Fitnessgeräte, Oberflächen aller Art und besonders für LCD-Bildschirme. Die antibakteriellen Tücher reinigen nicht nur effizient, sondern schützen durch eine schonende Herstellungsformel auch die Geräte und beugen der Austrocknung der Hände vor.

www.wipes.ch

Fimex Distribution AG
Werkstrasse 36 |3250 Lyss
032 387 05 05 | info@wipes.ch

FIMEX
distribution ag

RIMINIWELLNESS, 28. bis 31. Mai 2020: 15 Jahre in Spitzenform!

Die Fitness-Gemeinde und die gesamte Riviera der Romagna wärmen ihre Muskeln auf, um im richtigen Rhythmus die fünfzehnte Ausgabe der Riminiwellness, der grossen internationalen Messe für Fitness, Wellness, Business, Sport, Körperkultur und gesunde Ernährung zu feiern. Die von der Italian Exhibition Group organisierte Ausstellung findet vom 28. bis 31. Mai 2020 auf dem Messegelände in Rimini statt.

In Italien zählt man nahezu 18 Millionen Fitness-Anhänger und -Begeisterte pro Jahr, wodurch das Land den zweiten Platz hinter Deutschland in den diesbezüglichen europäischen Klassifikationen einnimmt. Das Geschäftsvolumen der Amateursport- und Fitness-Aktivitäten liegt in Italien geschätzt bei ca. 10 Milliarden Euro pro Jahr (1).

In diesem Panorama zeichnen sich die ersten Vorbereitungen für die fünfzehnte Ausgabe der Riminiwellness ab, die mit zahlreichen Neuheiten, einzigartigen Events und interessanten Trends aufwarten kann und gleichzeitig zunehmend professioneller und internationaler auftreten wird, auch dank der Zusammenarbeit mit der italienischen Agentur für Aussenhandel ICE. Diese Ausstellung ist wie immer die ideale Bühne für sämtliche Akteure, Vertreter und Segmente der Branche: Hersteller von Maschinen zur körperlichen Ertüchtigung, Fitnesscenter, Trainer, Presenter, Ausbilder, Schulen und Verbände, Körperkultur-Schaffende, Sportbegeisterte, Anbieter neuer Relax-Techniken, Sachverständige der Rehabilitationswissenschaften, Vertreter der mit der Sportbranche verknüpften Fashion-, Tourismus- und Design-Sektoren.

In 15 Jahren hat Riminiwellness die Geschichte der Bewegung «mit positiver Energie» geschrieben; dabei wurden auch zukünftige Fitnesstrends — nicht nur in Italien, sondern weltweit — vorgezeichnet, dank der Kraft und der Einbeziehung der gesamten Branche. Riminiwellness hat innovative Trainingsmethoden auf der ganzen Welt berühmt gemacht, die Bühne für unzählige Ideen bereitet, wichtige Projekte angeschoben und dem Business der Unternehmen durch einzigartige Gelegenheiten des Austauschs Flügel verliehen.

Und auch dieses Jahr werden die Zahlen der vorherigen Ausgaben wieder übertroffen: Mehr als 400 Unternehmen auf 170'000 Quadratmetern, Indoor und Outdoor, 200 Versammlungen, Treffen und Zusammenkünfte im Ausstellungsbereich der Profis, 1'500 Stunden an Lektionen und Workouts, ca. 2'000 Trainings-Sessions und mehr als 20 km pulsierendes Umland mit der gesamten schillernden Riviera.

Der jedes Jahr bei diesem globalen Event erzielte Erfolg ist auf das Format des Angebots und auf die verschiedenen Ausrichtungen der Veranstaltung zurückzuführen: Die zwei Dreh- und Angelpunkte sind Pro.Fit (an die Fachbesucher gerichtet, mit One-to-One-Treffen, Gestaltungsmomenten, technischen Präsentationen, Zertifizierungen und Masterclass) und FUN, repräsentiert durch ein Publikum von Fitness-Begeisterten aus aller Welt, die in der Lage sind, den Unter-

nehmen ein unmittelbares Feedback in einem Klima aus Spass und purer Freude am Sport zu geben.

Für Mehrwert neben den zwei Grundthemen sorgen die Foodwell Expo, eine Ausstellung über die Ernährungsmöglichkeiten für alle, die ständig «aktiv» sind, d. h. auch Treffen, Aktualisierungen und Show-Cooking mit den bekanntesten Chefs und Foodbloggern, das Pilates Junction, ein Programm zur Entdeckung der Anwendungsbereiche der Disziplin, die von den fähigsten Profis auf dem internationalen Markt vorgestellt werden, die RiabiliTec, ein Fachbereich der Wissenschaften und Technologien für die körperliche und funktionelle Rehabilitation, und Riministeel, ein der Ernährung, der Körperkultur und dem Kampfsport gewidmetes Segment (mehr als 13'000 Quadratmeter für die härtesten und anstrengendsten, in Fitnesscentren auszuführenden Sportaktivitäten).

Wie jedes Jahr wird ein reiches Programm an Initiativen «ausserhalb der Messe» das gesamte Umland einbeziehen und dazu beitragen, unvergessliche Momente zu erleben, z. B. Events im Freien, Aperitifs, Feste am Strand und in den angesagtesten Lokalen der Riviera, und das im Jahr des hundertsten Geburtstags eines der berühmtesten Söhne Riminis, des grossen Filmregisseurs Federico Fellini.

https://en.riminiwellness.com

Quellen

- ISTAT (italienisches Statistikamt) — CONI (nationales Olympisches Komitee Italien) — Federazione Italiana Fitness (italienischer Fitness-Verband)

Plyometrisches Training ist kein Buch mit sieben Siegeln

Wenn klassisches Krafttraining allein nicht reicht.

In der Welt des Leistungssportes ist es an der Tagesordnung – das plyometrische Training. Diese Trainingsart hilft, die Kraft auf den Boden zu bringen. Oder noch besser: Das Gewicht vom Boden abzuheben. Das eigene Körpergewicht wohl verstanden. Dies geschieht mit höchster Qualität und Intensität. Das lässt sich im Fitnesscenter oft beobachten, na ja, mindestens einen Teil davon: Die Übungen im Krafttraining werden schnell ausgeführt in der Hoffnung, damit «schneller» zu werden. Welch ein Trugschluss! Kein Muskel wird schnell, nur weil er im klassischen Krafttraining schnell bewegt wird. Dafür sind völlig andere Wechselbeziehungen notwendig – unter anderem die Wechselbeziehung des Dehnungs- / Verkürzungszyklus. Wird nämlich ein Muskel exzentrisch vorbelastet, ist die unmittelbar folgende konzentrische Kraftleistung deutlich höher.

Sie werden jetzt einwenden, in der Fitnessbranche und nicht im Leistungssport tätig zu sein. Da stimme ich Ihnen zu. Und doch gibt es auch im Fitnesscenter gute Gründe, sich Gedanken über plyometrisches Training zu machen. Für schon viele Jahre trainierende Kundinnen und Kunden im Fitnesscenter ist das plyometrische Training ein neuer Reiz, dem grössere Kraftleistungen folgen — perfekt, um ein Leistungsplateau zu überwinden. Ebenfalls ein starkes Argument für ein plyometrisches Training, einfach der Zielgruppe angepasst, ist die Sturzprophylaxe, da üblicherweise schnell gestürzt wird. Und zu guter Letzt zeigen uns die Faszienforscher, wie wichtig auch für die Faszien ein plyometrisches Training ist. Das Training ist dem Können und der Zielsetzung der Ausführenden anzupassen. Das «Rebound Elasticity» im Faszientraining ist letztlich nichts anderes als plyometrisches Training. Nur heisst es nicht so und man vergisst allzu schnell, dass der Körper darauf vorzubereiten ist. Obwohl wir weit vom Leistungssport entfernt sind.

Wie oben schon erwähnt, ist der Hintergrund der Dehnungs- / Verkürzungszyklus der Muskulatur. Die Kraft, welche konzentrisch ausgelöst werden kann ist dann umso grösser, wenn der entsprechende Muskel zuerst exzentrisch in eine hohe Dehnung gebracht wird. Das Prinzip ist wie bei einer Feder: Wenn Sie diese in die volle Länge ziehen und anschliessend loslassen, werden grosse Kräfte frei — im Bruchteil einer Sekunde. Ein regelmässiges, entsprechendes Training ermöglicht es dem Muskel, mehr elastische Energie zu speichern und sie explosiver wieder frei zu setzen.

Mass halten – weniger ist definitiv mehr

Beim plyometrischen Training, wo es um die Entwicklung der Power geht, sind zwei Dinge zwingend und bedingen sich gegenseitig: Höchste Ausführungsqualität und höchste Belastungsintensität. Daraus ergibt sich der zwingende Schluss, dass pro Trainingseinheit bei der intensivsten Form der Plyometrie nur sehr wenige Wiederholungen zu bewerkstelligen sind. Es sind mehr als 50, aber nicht wesentlich über 100

Sprünge oder Würfe pro Trainingseinheit möglich. Mehr als sechs Sprünge oder Würfe pro Satz sind nicht zielführend. Die Energieversorgung erfolgt ausschliesslich anaerob alaktazid. Und dieser Tank ist nach zehn bis zwölf Sekunden leer. Daraus ergeben sich die wenige Sprünge oder Würfe pro Satz. Und weil das so ist, müssen die Kreatinphosphatspeicher vor dem nächsten Satz wieder voll sein. Daraus ergibt sich die Pausenlänge von vier bis sechs Minuten. Was eine Rolle spielt, deren Erholungsfähigkeit aber noch nicht restlos geklärt ist, ist das Nervensystem. Es ist davon auszugehen, dass die Pausenlänge hierfür noch grösser wäre. Gehen wir von zehn Trainingssätzen aus mit jeweils sechs Sprüngen oder Würfen pro Satz, heisst das, wir machen rund 50 Minuten Pause für gerade mal maximal 60 Sekunden qualitativer Arbeit.

Zu meiner aktiven Zeit als Leichtathlet machten wir Tiefsprünge, dazu später mehr, von ganzen Schwedenkasten. Also mit einer Fallhöhe von rund einem Meter. Kann man machen, sage ich heute. Aber es reicht ganz offensichtlich, die Sprünge aus einer Fallhöhe von rund 40 Zentimetern zu machen. Der zusätzliche Nutzen der hohen Höhen steht in keinem Verhältnis zum gesundheitlichen Aspekt. Pro Woche haben sich maximal zwei Trainingseinheiten für plyometrisches Trainings etabliert und bewährt. Mehr ist nicht zu schaffen! Und die Phase soll nicht länger als sechs Wochen dauern.

Adäquate Vorbereitung muss sein

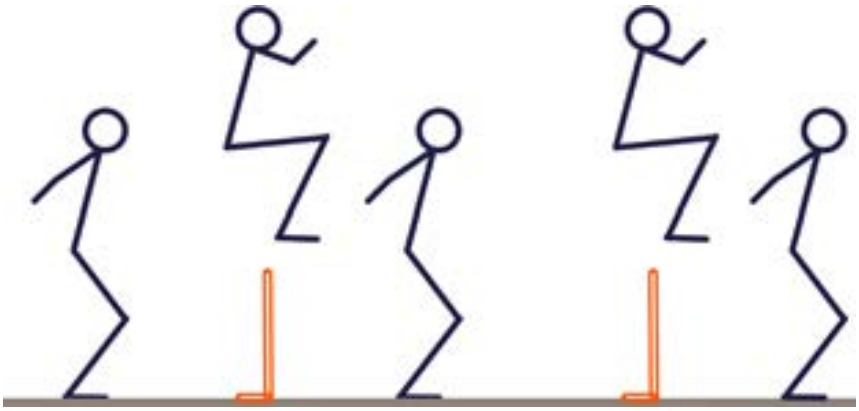
Wer aus einem plyometrischen Training den höchsten Effekt herausholen will, soll das bitte in einem gut vorbereiteten Zustand seines Bewegungsapparates tun. Ob das 1,5-fache stemmen des eigenen Körpergewichts, wie teilweise kolportiert wird, die richtige Voraussetzung ist, wage ich zu bezweifeln. Hier ist der Sachverstand und die Erfahrung des Trainers ein wichtiges Kriterium, mal von der erforderlichen höchsten Bewegungsqualität abgesehen. Halten wir uns an die einschlägigen, leider oft vernachlässigten Trainingsprinzipien, kann nicht viel schief gehen. Zum Tragen kommen unter anderem die Trainingsprinzipien von Belastung und Erholung, der progressiven Belastungssteigerung und das Prinzip des optimalen Belastungsreizes. Wie bei allen neuen Bewegungen und Trainingsarten, die eingeführt werden, gilt auch hier, dass langsam aufgebaut wird und dann stufenweise die Belastungen erhöht werden.

Formen der Plyometrie nach Weineck

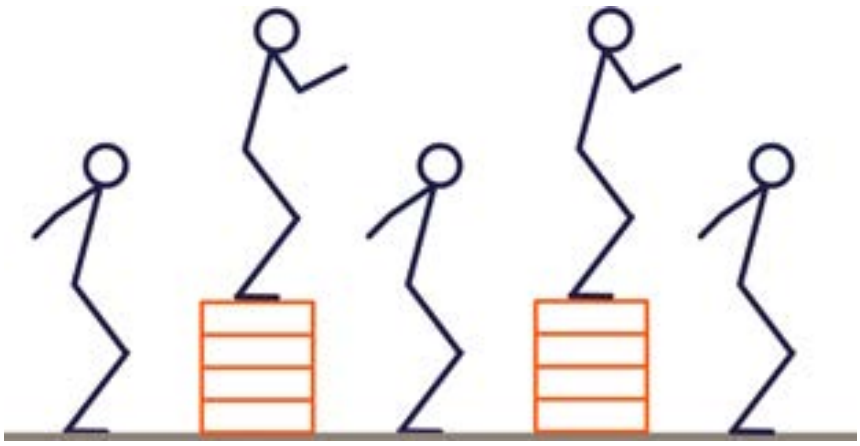
Jürgen Weineck hat verschiedene Formen des plyometrischen Trainings definiert. Die einfachste Form ist in jedem Fall auch im Fitnesscenter gut durchzuführen und entspricht dem «Rebound Elasticity» im Faszientraining. Die zweite Variante ist bereits für Fortgeschrittene, im Fitnesscenter vor allem, aber nicht nur im Kurswesen gut einzuführen und die dritte und schwerste Form ist den Könnern vorbehalten. Die drei Formen nach Weineck sind:

- Die «kleine» Plyometrie: Einfache, variable Sprungfolgen oder Sprungläufe zum spritzig machen vor einem Training oder Wettkampf. Als eigenständiges Training durchgeführt, werden rund 800 bis 1000 Sprünge pro Trainingseinheit durchgeführt.
- Die «mittlere» Plyometrie: Beidbeinige Bank- oder Hürdensprünge. Diese benötigen mindestens drei Tage Erholungszeit. Als eigenständiges Training durchgeführt, werden rund 500 Sprünge pro Trainingseinheit durchgeführt.
- Die «intensive» Plyometrie: Hochkastensprünge (Tiefsprünge). Die höchste Form des plyometrischen Trainings. Erholungszeit von rund 10 Tagen! Als eigenständiges Training durchgeführt, werden 50 bis 100 Sprünge durchgeführt.

Es sei am Rande und der Vollständigkeit halber erwähnt, dass es eine noch intensivere Form gibt: Die Kontrastmethode. Hier ein Beispiel, wie ein Satz mit der Kontrastmethode aussehen ▶



Mittlere Plyometrie: Beidbeinige Hürdensprünge



Intensive Plyometrie

Kontrastmethode im Plyometrietraining

kann: Zuerst werden vier halbe Kniebeugen mit der Langhantel ausgeführt, anschliessend ohne Pause sechs Hochsprünge über Hürden ausgeführt und selbstredend wiederum ohne Pause werden sechs Sprünge abwärts auf hohen Treppenstufen (mind. 60 cm) ausgeführt, welche auf null abgebremst werden, also sehr konzentriert ausgeführt werden. Diese Form hat eine Erholungszeit von rund 15 Tagen zur Folge.

Zu beachten ist beim plyometrischen Training, dass ein verzögerter Effekt eintritt. Bei den einfacheren Formen sind es rund drei Wochen, bei der intensiven Plyometrie sind es gar sechs Wochen. Dies ist zu beachten und wichtig. Das bedeutet in der Praxis, dass nicht zu viele Perioden von plyometrischen Training über das Jahr verteilt möglich sind. Auch hier gilt: Weniger ist mehr.

Periodisierung eines plyometrischen Trainings

Aufgrund der drei Formen nach Weineck wird ersichtlich, dass es verschiedene Perioden im Jahresverlauf geben muss. Solche mit und solche ohne Plyometrie. Es macht beispielsweise keinen Sinn, in der Phase eines Hypertrophietrainings auch noch Plyometrie zu machen. Das geht energetisch und aus Sicht der Erholung ganz einfach nicht auf!

Viele Übungen lassen sich so abändern, dass eine plyometrische Ausführung entsteht. So kann ich den Liegestütz mit «in die Hände klatschen» machen, was eine mögliche Alternative ist. Oder es werden einfachere Bedingungen gewählt, indem beispielsweise die Sprunghöhen sehr gering sind. Das kann zu Beginn auch mal nur 10 oder 20 Zentimeter sein.

Weil die Anpassungen verzögert eintreten, ist es wohl sinnvoll, pro Jahreszyklus im Fitnesscenter nicht mehr als dreimal plyometrische Übungen ins Programm zu nehmen. Die Pausen zwischen den Perioden sollen mindestens acht Wochen betragen.

Das Wichtigste kurz zusammengefasst

Aufgrund der langen Erholungszeiten, der hohen Belastung und dem verzögerten Eintreten der Anpassungen, ist es unumgänglich, mit dem plyometrischen Training sehr sparsam umzugehen. Da die Erfahrung eine grosse Rolle spielt, ist entsprechende Erfahrung unumgänglich, wenn ich jemanden in diese Trainingsform einführen will. Die kleine Plyometrie nach Weineck kann aber gut mit Kunden im Fitnesscenter ausgeführt werden. Nein, nicht kann, eher muss. Hier sind grosse Reserven vorhanden, wenn es um das Thema Sturzprävention geht.

Einige allgemeine Hinweise für das plyomterische Training:

- Sehr gutes Aufwärmen ist zwingend!
- Nur in gut ausgeruhtem Zustand ausführen.
- Höchste Bewegungsqualität bei höchster Intensität.
- Pro Satz nur sechs Sprünge oder Würfe.
- Anzahl Sprünge / Würfe pro Training: 50 bis 100 für die maximale Form der Plyometrie.
- Pause zwischen den Sätzen: Mindestens fünf Minuten.
- Achtung: Verzögerter Effekt der Anpassung.
- Den Bewegungsapparat sehr gut auf die Belastung vorbereiten.

Zum Schluss noch dies…

Plyometrisches Training ist je nach Form sehr belastend für den Bewegungsapparat. Das heisst: Jeder Mensch, der sich an das plyometrische Training wagt, muss seinen ganzen Bewegungsapparat darauf vorbereiten. Das geht nicht in wenigen Wochen, das geht in vielen Monaten. Soll heissen: Plyometrisches Training ist erst dann angesagt, wenn die physischen Voraussetzungen und das koordinative Verständnis in genügend hohem Ausmass vorhanden sind. ■

Peter Regli

ist Autor, Dozent, Referent und Moderator für Trainingslehre und Anatomie an diversen Ausbildungsinstitutionen und Workshop Leiter. Er bietet Inhouse-Schulungen zu individuellen Themen an. Sie erreichen ihn via Mail pr@peter-regli.ch oder via Internet www.peter-regli.ch

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

Akkreditiert SFGV

EDUQUA

star
school for training and recreation

Gemeinsamkeiten zwischen dem Corona-Virus und Training im Fitnesscenter?

Paul Eigenmann / QualiCert AG

Überraschende Gemeinsamkeiten

Zwar ist der Corona-Virus in aller Munde und bestimmt sozusagen unseren Alltag, aber wo und was denn bitte sind die Gemeinsamkeiten der Verbreitung des Corona-Virus mit jener von Training im Fitness in der Bevölkerung? Gemeinsamkeiten scheinen auf den ersten Blick kaum vorhanden, aber tatsächlich gibt es zwischen der Verbreitung des Corona-Virus und jener von regelmässigem Training in Fitness- und Trainingscentern in der Bevölkerung eine ganze Reihe, wenn auch teilweise sehr gegensätzliche Parallelen. Diese Parallelen — auch die gegensätzlichen — liegen in der in Abbildung 1 dargestellten sogenannten Diffusionskurve begründet, die ganz allgemein aufzeigt wie sich praktisch alle Gewohnheiten und Krankheiten in der Gesamtbevölkerung verbreiten.

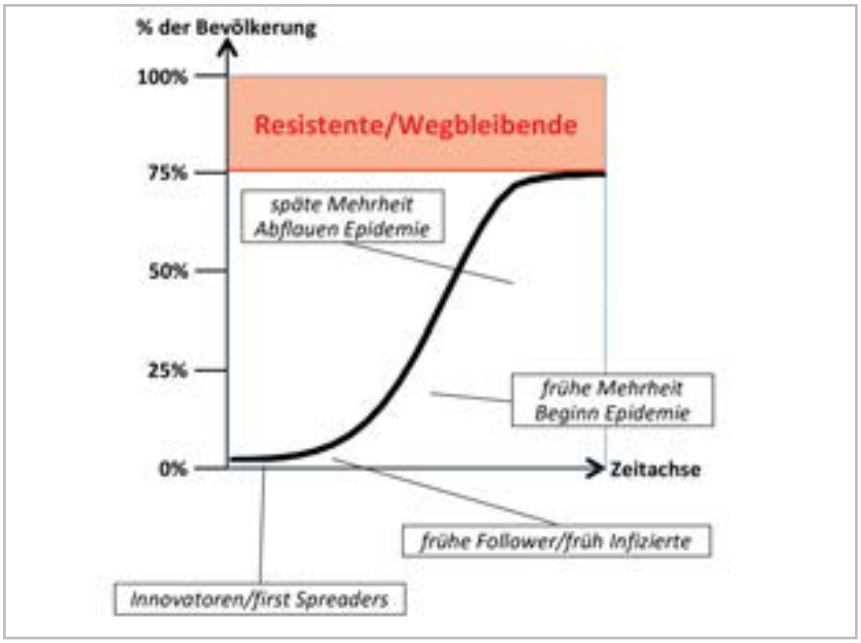


Abbildung 1: Diffusionskurve von Gewohnheiten und Krankheiten

Dabei sind nicht nur die Diffusionskurven, sondern auch die Tatsache, dass der Verlauf durch plausibel unterscheidbare Phasen charakterisiert ist.

Damit sind die Vergleichbarkeiten zwischen der Verbreitung einer Gewohnheit — beispielsweise die Integration von regelmässigem Fitnesstraining in den eigenen Lebensstil — und einer übertragbaren Krankheit — beispielsweise des Corona-Virus — in der Bevölkerung aber erschöpft. Die Tatsache, dass der «Wunschverlauf» der Diffusionskurve

für die Verbreitung von Fitnesstraining und jener für die Verbreitung einer übertragbaren Krankheit wie Abbildung 2 zeigt unterschiedlicher nicht sein könnte, motiviert zum Nachdenken und Analysieren.

Unterschiede öffnen die Augen

Zwar verlaufen die Diffusionskurven für die Verbreitung von Training im Fitnesscenter (blaue Kurve) und jene für die Verbreitung einer hochansteckenden Krankheit (rote Kurve) grundsätzlich gleich. Bei einer Verhaltensänderung beginnt die Verbreitung mit Innovatoren und bei einer ansteckenden Krankheit mit dem sog. «First Spreader», dem ersten Infizierter. Dieser Initialzündung folgen bei einem neuen Verhalten die frühen Follower, bei einer hochansteckenden Krankheit die früh Infizierten.

Diese zwei ersten Phasen erfolgen bei einer Verhaltensänderung zögerlich und dauern lange — in der Fitnessbranche wohl etwa von 1960 bis Ende der Siebzigerjahre des letzten Jahrhunderts. Bei einer hochansteckenden Krankheit sind diese beiden ersten Phasen kurz, wie uns das Corona-Virus lehrte. Nach beiden ersten Phasen beginnt eine exponentielle Verbreitung mit einem steilen Anstieg, der die Unterschiede der Verlaufskurven und deren Steuerung deutlich werden lässt.

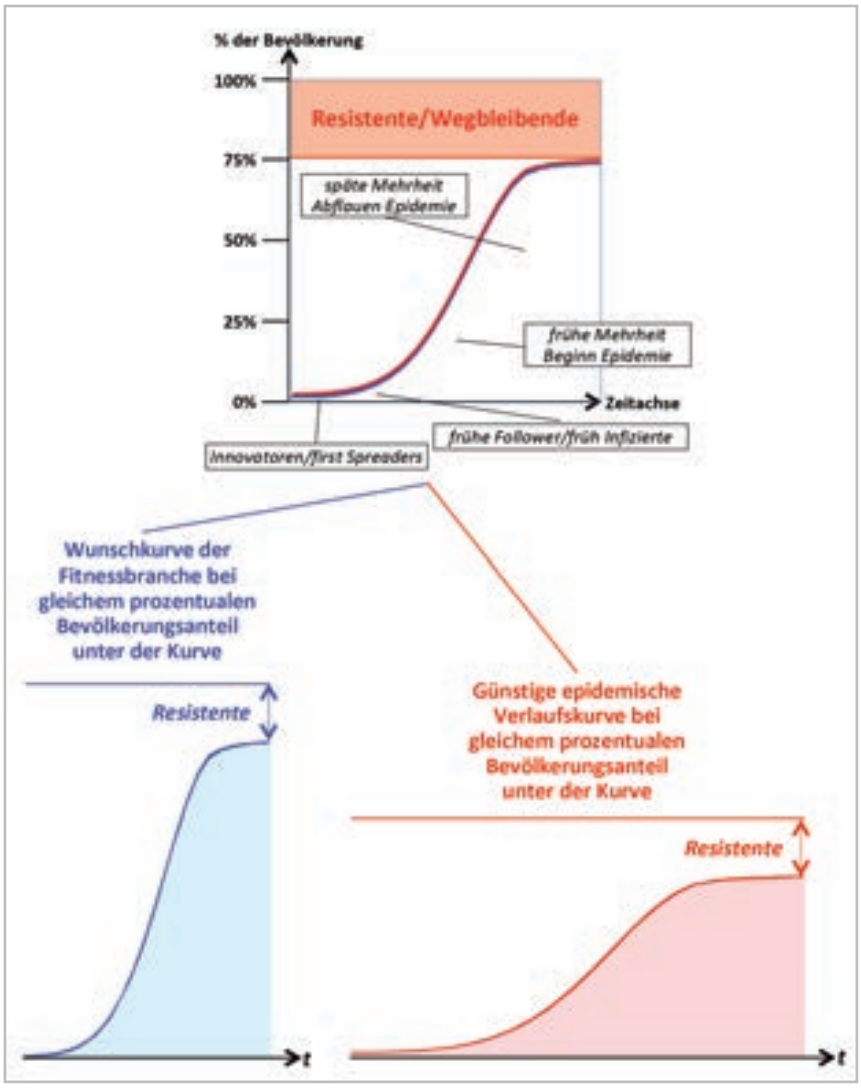


Abbildung 2: Wunsch-Diffusionskurven in unterschiedlichen Ausgangslagen

Verschieden Strategien führen zu einem unterschiedlichen Kurvenverlauf

Bei hochansteckenden Krankheiten lautet die Strategie «Bremsen», damit das alltägliche Leben aufrechterhalten werden kann und die Kapazitäten der Gesundheitsvorsorge der Bevölkerung unter dem Ansturm nicht zusammenbrechen. Ganz anders bei der Verbreitung einer auch gesundheitlich günstigen Verhaltensveränderung. Hier lautet die Strategie «Beschleunigung», damit einerseits die (volks)gesundheitsfördernde Wirkung von Training schnell zum Tragen kommt, andererseits aber auch die angesichts der wirtschaftlichen Perspektiven geschaffenen Kapazitäten der Fitnesscenter möglichst schnell gewinnbringend ausgeschöpft werden können.

Die Gegenüberstellung der Wunsch-Verlaufskurven

Tabelle 1 zeigt in einer Gegenüberstellung das Geschehens und der Auswirkungen bei der Verbreitung von Fitnesscentertraining bzw. des Corona-Virus in der Bevölkerung unter Berücksichtigung unterschiedlichen Strategien «Bremsen» und «Beschleunigen».

Aus der Tabelle wird ersichtlich, dass bei den gegenteiligen Strategien «Bremsen» bzw. «Beschleunigen» oft auch gegenteilige Massnahmen angewendet wurden/werden:

- Unbekannte «First-Spreaders» – in der Öffentlichkeit populäre Role Models
- Isolation/Quarantäne durch den Staat — Unterstützung durch gesellschaftliche Trends
- Schutz besonders gefährdeter Bevölkerungssegmente — Motivation der älteren Bevölkerung

Was auch auffällt, ist die Tatsache, dass die Angst der Menschen im Rahmen der Massnahmen zur Eindämmung der Verbreitung des Corona-Virus (Covid-19) eine zu beachtende Komponente war und ist, während Angst bei der Promotion von Training (auch) in Fitnesscentern im Gegensatz zu Massnahmen bei anderen Lebensstilgewohnheiten wie Rauchen und Alkohol nie eine Rolle spielte. Nicht nur Rauchen und Alkohol, auch Bewegungsarmut tötet!

Schliesslich darf an dieser Stelle natürlich auch nicht unerwähnt bleiben, dass es keiner besonderen Anstrengung bedarf, sich von einem leicht übertragbaren Virus anstecken zu lassen — ganz im Gegensatz körperlicher Aktivität und Training. Während man es sich durchaus wünschte, dass Training im Fitnesscenter wie der Corona-Virus «epidemisches Potential» hätte, ist es leider kaum so. Weltweit liegen die höchsten Penetrationsraten bei ca. 25-30%. Das sehen die führenden Virologen beim Corona-Virus (Covid-19) deutlich anders wie Abbildung 3 zeigt.

Und zum Schluss…

Während die Funktionsweise solcher Diffusions- bzw. Verbreitungskurven recht klar ist und sich aus den deshalb ▶

	Training im Fitnesscenter			Infektion durch den Corona-Virus	
	Geschehen	**Merkmale**		**Merkmale**	**Geschehen**
Phase I	Innovatoren wie frühe Kraftsportler und Bodybuilder leiteten die Entwicklung ein.	Die Entwicklung verlief aber von der Öffentlichkeit lange Zeit praktisch unbemerkt.	↔	Die ersten Ansteckungen blieben unbemerkt oder wurden möglicherweise verschwiegen.	Der Corona-Virus führte in Wuhan in China zu ersten Ansteckungen.
Phase II	Role-Models (Jane Fonda / Arnold Schwarzenegger) positionieren und popularisieren Training in Fitnesscentern.	Eine breite Öffentlichkeit nahm von Training in Fitnesscentern Kenntnis.	↔	Die Menschen werden auf die Krankheit aufmerksam, allerdings ist sie noch nicht richtig einschätzbar.	Infizierte Menschen verbreiten den extrem leicht übertragbaren Virus weiter.
Phase III	Gesellschaftliche Trends (Schönheit / Work-Life-Balance) unterstützen die Verbreitung von Training im Fitnesscenter.	Die Fitnessbranche ist nun im steilen Teil der Kurve und erlebt einen ersten Wachstumsschub – nicht zuletzt wegen der Teilnahme von Frauen.	↔	Die Infizierten bleiben unbekannt, die Bevölkerung wird aber informiert. Die Gefahr der Ausbreitung wird aber noch unterschätzt.	Durch Isolation/Quarantäne der an den Infektionsketten Beteiligten wird versucht die Ausbreitung der Krankheit zu bremsen.
Phase IV	Die positiven Wirkungen auf die Gesundheit und die Demographie (Überalterung) werden als zentrale Argumente für Training im Fitnesscenter genutzt.	Die Zahl der Trainierenden in Fitnesscentern wächst kontinuierlich und robust, vermag aber die v.a. von Ketten geschaffenen Kapazitäten nicht auszulasten.	↔	Es kommt zu Einschränkungen und Störungen des öffentlichen Lebens. Teile der Bevölkerung sind beunruhigt.	Die Infektionsketten können nicht mehr kontrolliert werden. Der Schwerpunkt wird auf den Schutz der Risikogruppen gelegt

Tabelle 1: Die Verbreitung von Fitnesscentertraining und des Corona-Virus (Covid-19)

bekannten Tatsachen auch die grundlegenden Strategien abhängig von der jeweils aktuellen Verbreitungsphase im Falle einer Epidemie ergeben, weiss man über die durch das Corona-Virus verursachte Erkrankung Covid 19 «nichts Genaues nicht». Manche Fachleute sagen, Covid 19 ist wie eine Grippe, und absolut gesehen ist die Sterblichkeit sogar tiefer, andere stützen sich genauso auf verfügbare Zahlen ab und beurteilen Covid 19 als viel gefährlicher als eine Grippe. Es gilt momentan eben «Im Nachhinein sind wir dann klüger»!

Was aber mit Bestimmtheit gilt: Training ist auch jetzt gesund. Training stärkt unsere «vitalsten» Organe, die Muskeln und das Herz-Kreislaufsystem. Darum sollte auch jetzt trainiert werden — unter Wahrung der Empfehlungen der Gesundheitsbehörden. ■

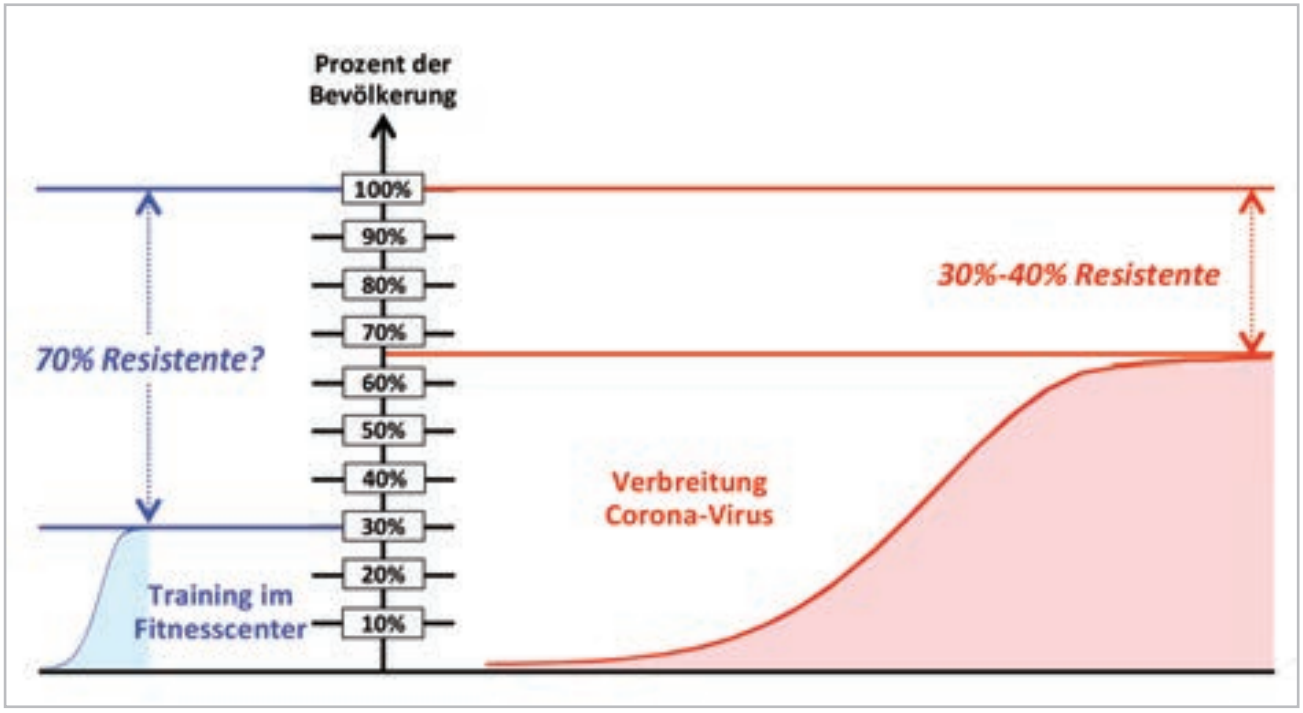


Abbildung 3: Resistenzen gegen Training im Fitnesscenter und gegen den Corona-Virus

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

Neue Software, neues Branding – EGYM macht Betreiber und Mitglieder #READY

Volles Haus beim EGYM Kongress für Bestandskunden am 12. März in Berlin: Über 300 Teilnehmer erlebten einen informativ-unterhaltsamen Tag mit Motivationsreferaten, einer Podiumsdiskussion mit Betreibern über ihre Erfahrungen mit dem Einsatz von EGYM und des modularen Trainingskonzepts HIBB in ihren Einrichtungen — und natürlich mit zahlreichen Produkt-Demos.

Zu seinem zehnjährigen Firmenjubiläum stellte das Münchner Sports-Tech Unternehmen seinen völlig neuen, weiterentwickelten Markenauftritt vor. Dazu war Global Brand Director Sean Ironside eigens aus dem US-Headquarter in Boulder, Colorado, in die deutsche Hauptstadt gekommen. Er erläuterte das neue Branding samt Claim «Fit for Life», der die Positionierung des Unternehmens an der Schnittstelle von Fitness und Gesundheit unterstreichen solle. Ab sofort fasst EGYM alle seine leistungsfähigen, technologiebasierten Fitnesslösungen in drei Kategorien zusammen: EGYM Workouts, Zuhause für alle Geräte und integrierten Kardiolösungen, EGYM Digital, Zuhause für die komplette digitale Welt, wie die EGYM Branded Member App, die EGYM Trainer App und die EGYM Cloud sowie EGYM Business, Zuhause für alle unternehmensseitigen Lösungen, wie z. B. Corporate Wellness.

Zu den vielen beim EGYM Kongress im Rahmen einer «Kundenreise» vorgestellten Innovationen gehörte die komplett neue Trainer App, «das Tool für die Trainer im Studio, quasi deren Schaltzentrale», so EGYM Vertriebschef und Kongress-Moderator Marc Wisner. «Keine Zeile Quellcode» sei aus der vorherigen Version übernommen worden. Die EGYM Trainer App gestaltet Arbeitsabläufe effizienter: Durchdachte Features unterstützen Trainer bzw. Therapeuten umfassend bei Mitgliederbetreuung und Trainingsplanung. Marc Wisner: «Mit der Trainer App versteht der Trainer den Kunden komplett und kann ad hoc die Situation einschätzen.» Trainingsergebnisse

würden so angezeigt, dass sie jeder versteht. Als Beispiel nannte Wisner das BioAge — übrigens auch einer der Haupt-Motivationstreiber in der Branded Member App. Diese Kunden-App sei wiederum ganz stark in Richtung «bessere Vernetzung mit den Mitgliedern» weiterentwickelt worden: «Jedes Studio baut sich in seinem eigenen Design seine eigene Community auf!»

Die volle Aufmerksamkeit des Publikums hatte Top-Keynote-Speaker und Motivator Sanjay Sauldie bei seinem Vortrag über die Auswirkungen digitaler Transformation auf die unterschiedlichsten Industrien. Anhand einer Fülle von Praxisbeispielen erläuterte er seinen Zuhörern, wie man z. B. mithilfe datenbasierten Marketings und einer schlüssigen Digitalstrategie Kunden begeistert. Sanjays Credo: «Der einzige Weg, in der digitalen Welt zu gewinnen, liegt im lebenslangen Lernen und im entsprechenden Handeln.»

Über den Aufbau werthaltiger Beziehungen im Zeitalter digitaler Kommunikation und die Faktoren, die Momentum heute beeinflussen, sprach Robert Kosinski, Director Content & Social Media bei der Agentur Jung von Matt/Sports. Dazu gehöre, als Unternehmen selbst Teil der Konversation zu werden, z. B. durch Bereitstellung von Content, Storytelling über Communities auf den eigenen digitalen Kanälen sowie den permanenten direkten Kontakt über Social-Media-Gruppen.

Dass ein nicht trainierender Mensch ab dem 25. Lebensjahr Muskulatur im Volumen zwischen einem und drei Prozent pro Jahr verliert (so genannte Sarkopenie), sei unumstösslicher Fakt, so Fitness-Vordenker und -Unternehmer Mario Görlach. Aber eigentlich bräuchte man mit 80 Jahren, um sich einigermassen bewegen zu können, die Muskulatur eines 25 oder zumindest 40jährigen. EGYM sei, so Görlach, «die einzige Firma, die mit ihren Geräten den Wachstumsreiz dosierbar setzen kann». Gezieltes, weiterführendes Krafttraining, etwa nach einer Therapie, sei unerlässlich, um sich auch im Alter seine Beweglichkeit, und damit seine Freiheitsgrade zu erhalten.

Seinen finalen Höhepunkt erreichte der EGYM Kongress mit der obligatorischen, nicht enden wollenden rauschenden Party.

Anzeige

Wie wird das Krafttraining von Frauen zum Erfolg?

Für viele Frauen gehört der Gang ins Fitnesscenter zur alltäglichen Routine. Die meisten möchten so ihren persönlichen optisch-ästhetischen Anspruch erfüllen, sprich das Gewicht reduzieren und den Körper straffen. Allerdings bleiben die erhofften Ziele meist aus. Das intensitätsorientierte Krafttraining kann hier Abhilfe schaffen und den gewünschten Trainingseffekt auslösen.

Verfolgen Frauen das Ziel der Körperformung im Sinne einer strafferen Haut und eines geringeren Körperfettanteils, sollte ein intensitätsorientiertes Krafttraining Bestandteil der langfristigen Trainingsplanung sein. Die Trainingsintensität orientiert sich immer am Leistungsniveau der Trainierenden. Zur Vorbereitung auf höhere Intensitäten starten Trainingsanfänger zwar grundsätzlich mit einem umfangsorientierten Krafttraining, allerdings ist das Ziel der Körperformung ohne ein intensitätsorientiertes Krafttraining nur schwer erreichbar.

Was bedeutet intensitätsorientiertes Krafttraining?

Darunter versteht man ein Krafttraining mit hohen Gewichten bzw. einer hohen Intensität und einer entsprechend angepassten, reduzierten Wiederholungszahl. Zur Umsetzung des speziellen Zieles der Körperformung wird ein Hypertrophietraining empfohlen. Dieses geht einher mit einer Vergrösserung des Muskelquerschnitts (Hypertrophie) bzw. Muskelvolumens. Überwiegend werden bei dieser Methode die Typ-2- bzw. FT-Fasern (Fast-Twitch-Fasern) aktiviert, die ein grösseres Wachstumspotenzial besitzen und damit stärker zum Gesamtdickenwachstum der Muskulatur beitragen können. Diese Volumenzunahme der Muskulatur unter der Haut verleiht dem Körper insgesamt ein strafferes Aussehen (Gottlob, 2013, S. 17). Nach Güllich & Schmidtbleicher liegt die Intensität bei 60 bis 85 Prozent des One-Repetition-Maximums (1-RM) (vgl. Tab. 1).

Wie wirkt sich das Hypertrophietraining aus?

Häufig wird intensitätsorientiertes Krafttraining mit einer Erhöhung des Grundumsatzes in Verbindung gebracht. Diese weitverbreitete These wird durch die Zunahme der Muskelmasse begründet. Dieser Zusammenhang muss jedoch kritisch betrachtet werden. Der Grundumsatz wird am stärksten durch die Erhöhung der fettfreien Masse beeinflusst. Diese setzt sich aus der Skelettmuskulatur (42 %), dem organischen Gewebe (8 %), Knochen sowie Wasser zusammen. Trotz ihres geringen prozentualen Anteils verbrauchen die Organe jedoch weitaus mehr Energie als die Skelettmuskulatur. Eine Zunahme der Muskelmasse führt daher nicht zu der oftmals erhofften starken Veränderung des Grundumsatzes. Der Mehrverbrauch durch die geringe Veränderung des Grundumsatzes ist folglich für die Umsetzung des Zieles der Körperstraffung nicht ausschlaggebend (Browning & Evans, 2015, S. 244). Nennenswert ist der Mehrverbrauch im Hinblick auf den Arbeitsumsatz erst bei grösserer Muskelmasse.

Durch intensitätsorientiertes Krafttraining kann bei sukzessiver Fettreduktion die Muskelmasse erhalten bzw. geringfügig aufgebaut und somit der prozentuale Körperfettanteil reduziert werden. Besonders bei einer unterkalorischen Versorgung in Form einer Diät bringt das Krafttraining im Vergleich zu einem Ausdauertraining einen entscheidenden Vorteil mit sich. Beavers et al. (2017) untersuchten die Effekte von Ausdauer- und Krafttraining auf

die Körperkompensation während einer Kalorienrestriktion. Die Ergebnisse der Studie belegen, dass Ausdauer- und Krafttraining in Verbindung mit einer Kalorienrestriktion zu einer signifikant stärkeren Verringerung der absoluten Fettmasse führen als eine alleinige Kalorienrestriktion. Des Weiteren konnte herausgefunden werden, dass durch das Krafttraining die fettfreie Masse bzw. Magermasse erhalten bleibt. Bei einer Kombination aus Kalorienrestriktion und Ausdauertraining sinkt die Magermasse hingegen signifikant.

Zusammenfassend deuten die Ergebnisse also darauf hin, dass eine Kombination aus Kalorienrestriktion und intensitätsorientiertem Krafttraining die grössten Effekte im Hinblick auf die Verbesserung der Körperkomposition erzielt (Beavers et al., 2017).

Der Erhalt der Muskelmasse bei einer Kalorienrestriktion und zusätzlichem Krafttraining kann durch eine gezielte Proteinzufuhr unterstützt werden (Longland, Oikawa, Mitcell, Devries & Philipps, 2016). Diese unterstützt die Muskelproteinsynthese und somit den Erhalt der fettfreien Masse. Dem Verlust der Muskelmasse kann dadurch zusätzlich entgegengewirkt werden (Leidy, Carnell, Mattes & Campbell, 2012).

Übungen zur Verbesserung der Körperkomposition

Grundsätzlich sollten zur Verbesserung der Körperkomposition Übungen gewählt werden, die einen hohen Anteil an Muskelmasse beanspruchen. Dabei bietet sich das Training mit freien Gewichten wie zum Beispiel die Kniebeuge (Squat) oder auch das Kreuzheben (Deadlift) an. Gerade bei mehrgelenkigen Übungen werden funktionelle Muskelketten sowie — durch Kokontraktion von Synergisten — ein hoher Anteil an Muskeln beansprucht. Daraus resultieren positive metabolische Effekte (Haff, 2000). Das Training mit freien Gewichten bietet auch aus funktioneller Sicht Vorteile, da alltags-, berufs- und sportartspezifische Bewegungsmuster simuliert werden können.

Körpergewichtsübungen: sinnvolle Ergänzungen im Trainingsplan

Neben dem Training mit freien Gewichten können auch Übungen mit dem eigenen Körpergewicht oder dem Schlingentrainer ergänzt werden. Übungen dieser Art werden auch als Core-Training bezeichnet. Sie eignen sich zur Kräftigung der Rumpfmuskulatur und generell zur Stabilisation der Muskel-Gelenk-Systeme. Speziell bei Belastungen im Alltag, im Beruf oder auch in den verschiedenen Sportarten ist die Leistungsfähigkeit der Rumpfmuskulatur von grosser Bedeutung. Diese dient als Kraftzentrum (engl. core) und überträgt bzw. leitet die Kräfte an die Extremitäten weiter (Gambetta, 2007, S. 157). Beim Schlingentrainer kann die Intensität beispielsweise durch die Schlingenhöhe, die Positionierung des Körpers und die Reduzierung der Stütz- bzw. Abdruckfläche verstärkt werden. Die Intensitätssteigerung kann auch durch die unilaterale Ausführung der Übungen wie zum Beispiel bei der einbeinigen Kniebeuge erfolgen. Je nach Leistungsniveau des Sportlers und Intensität sowie Belastungscharakter der Übungen können auch hier Hypertrophieeffekte ausgelöst werden.

Tab.1: Belastungsgefüge Hypertrophietraining (modifiziert nach Güllich & Schmidtbleicher, 1999, S. 229)

Belastungsgefüge der Krafttrainingsmethode Hypertrophie	
Reizintensität (in % 1-RM)	60–85 %
Wiederholung pro Serie	6–20
Serien pro Trainingseinheit (pro Muskelgruppe)	3–6
Serienpause	2–3 Min.
Kontraktionsgeschwindigkeit	langsam bis zügig

Fazit

Zur Veränderung der Körperkomposition sollte begleitend zur Ernährungsumstellung ein intensitätsorientiertes Krafttraining in Form eines Hypertrophietrainings Bestandteil der langfristigen Trainingsplanung sein. Die Intensität liegt bei 60 bis 85 Prozent des One-Repetition-Maximums. Durch die Aktivierung der FT-Fasern kommt es zu einer Erhöhung des Muskelquerschnitts, wodurch der Haut eine pralle Form und ein straffes Aussehen verliehen werden. Neben der Erhöhung des Arbeitsumsatzes konnte belegt werden, dass die Kombination aus Kalorienrestriktion und intensitätsorientiertem Krafttraining zu einer Reduktion des prozentualen Körperfettanteils und zum Erhalt bzw. zur Erhöhung der fettfreien Masse führt (Beavers et al., 2017). Zur Umsetzung des Zieles sollten Übungen im Freihantelbereich gewählt werden, die einen hohen Anteil an Muskelmasse beanspruchen. Ergänzend können Übungen mit dem eigenen Körpergewicht oder dem Schlingentrainer durchgeführt werden.

Auszug aus der Literaturliste

- Browning, M. G. & Evans, R. K. (2015). The contribution of fat-free mass to resting energy expenditure: implications for weight loss strategies in the treatment of adolescent obesity. International journal of adolescent medicine and health, 27(3), 241—246.
- Gottlob, A. (2013). Differenziertes Krafttraining. München: Elsevier GmbH.
- Güllich, A. & Schmidtbleicher, D. (1999). Struktur der Kraftfähigkeiten und ihrer Trainingsmethoden. Deutsche Zeitschrift für Sportmedizin, 50(7/8), 223—234.

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

Johanna Rupp

Die Sportwissenschaftlerin arbeitet als pädagogische Mitarbeiterin und Dozentin an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG) sowie an der BSA-Akademie im Fachbereich Trainings- und Bewegungswissenschaft. Durch ihre Tätigkeit als Trainerin in Fitness- und Gesundheitseinrichtungen konnte sie praktische Erfahrungen in der medizinischen Trainingstherapie bei orthopädischen Erkrankungen sammeln.
www.dhfpg-bsa.de

Anzeige

LIKE

I ♥

FITNESS

Offizielle Partnerschaft
Facebook Fanpage, **I love Fitness**

FITNESS TRIBUNE

Erfolgsfaktoren der Zukunft

Dieser Bericht ist aus meiner über 30 Jahren Erfahrung in der Beratung von KMU's entstanden. Während dieser Zeit wurde ich immer wieder mit den gleichen Problemen und Aufgaben konfrontiert. Ich konnte sehr oft beobachten wie Top-Dienstleister, egal aus welcher Branche, an den gleichen Punkten gescheitert sind.

In der heutigen Zeit genügt es nicht mehr einfach einen guten Job zu machen! Es wird immer wichtiger Ihren Betrieb ganzheitlich zu betrachten, zu analysieren und die wichtigsten Massnahmen sofort umzusetzen.

Die wichtigsten Faktoren in Kurzform:

Veränderung – Wandel

Das einzig Konstante in unserem Leben ist die permanente Veränderung bzw. der Wandel (siehe Bericht FITNESS TRIBUNE Nr. 176 und Nr. 177) — viele Menschen lieben das bekannte Unglück mehr, als das unbekannte Glück! Veränderungen und Neues löst bei den meisten Menschen Angstgefühle aus, welche Ihr Handeln blockieren. Oft wird dann nichts verändert und im alten Stil weitergearbeitet. Dann ist man erstaunt, dass sich nichts verändert oder sich der Geschäftsgang eher verschlechtert.

Wichtig:

a. Ist unsere Philosophie noch aktuell?
b. Jährlich wiederkehrende Jahreszielplanung mit Ihrem Team
c. Beobachten Sie in allen Geschäftsbereichen die Entwicklungen und verändern Sie umgehend nach Bedarf «Just do it»
d. Permanente Marktanalyse
e. Optimales Finanz-Controlling mit Kennzahlen

Markt analysieren

Man arbeitet nicht alleine auf dieser Welt. In den meisten Gebieten besteht ein Verdrängungsmarkt; d. h. mehr Angebot als Nachfrage. In solchen Märkten überleben nur die «Besten». Darum ist es sehr wichtig zu wissen, was im direkten Einzugsgebiet läuft und damit Sie die Zukunft besser planen können.

Die meisten Clubs wissen nicht genau wo die Stärken und Schwächen Ihrer Mitbewerber sind. Ferner haben sie keine Ahnung wie gross das Potenzial in Ihrem Einzugsgebiet ist. Das eigene Produkt sollte regelmässig in Frage gestellt und optimiert werden! Nur so ist Ihr Betrieb für die Zukunft gerüstet.

Wichtig:

a. Regelmässig Mitbewerber beobachten und analysieren — Kontakt pflegen.
b. Kundenpotential in Ihrem Einzugsgebiet regelmässig analysieren — was ist in meinem Einzugsgebiet möglich?
c. Ist mein Produkt noch aktuell; d. h. konkurrenzfähig?
d. Kann ich an meinem Standort erfolgreich sein?
e. Wo sind unsere grössten Chancen und Gefahren?

Marketing

Die meisten Betriebe planen ihr Marketing nach dem aktuellen Geschäftsgang. Läuft es gut wird weniger Werbung gemacht — läuft es schlecht ein bisschen mehr! Mit dieser Strategie wird kein Unternehmer mittel- und langfristig erfolgreich werden. In der heutigen Zeit ist es sehr wichtig die Marketingmassnahmen miteinander zu vernetzen und den Rücklauf der Werbung

genau zu analysieren. Auch die «Neuen Medien» Internet, Social Media etc. gehören heute zum Alltag und müssen eingeplant werden.
Wichtig:

a. Ist unsere Positionierung noch aktuell?
b. Jahresmarketingplanung erstellen
c. Onlinemarketing als feste Grösse in den Marketingplan integrieren
d. Rücklauf der Werbung permanent analysieren — so bekommen Sie ein perfektes Feedback Ihrer Werbemassnahmen und sparen Geld

Verkauf

Über die Wichtigkeit des Verkaufs zu sprechen ist eigentlich überflüssig! So wie der Mensch Sauerstoff braucht zum Leben — braucht das Unternehmen einen guten Verkauf bzw. Vertrieb! Viele Unternehmer haben immer noch das Gefühl, dass eine gute Dienstleistung oder ein gutes Produkt genügt. Jedoch was bringt das Ihrem Betrieb, wenn Ihr Top-Angebot nicht verkauft wird?
Wichtig:

a. Verkauf permanent überprüfen und optimieren — Prozesse
b. Mitarbeiter schulen
c. Externe Fachleute zuziehen

Personal

Ohne gutes Personal läuft gar nichts, jedoch ist nicht jeder Unternehmer eine gute Führungspersönlichkeit, doch wenn man gewisse Grundsätze beachtet, dann sind die Chancen gut, dass es klappt. Hier eine Liste der wichtigsten Charaktereigenschaften eines Chefs.
Wichtig:

a. Aufrichtigkeit
b. Bescheidenheit und Loyalität
c. Mass und Sinn für das Mögliche
d. Durchsetzungskraft und Disziplin
e. Offenheit für Anregungen und Kritik
f. Phantasie und Kreativität
g. Begeisterungsfähigkeit
h. Verantwortungsbewusstsein
i. Einfühlungsvermögen und Humor
j. Respekt gegenüber den Mitarbeitern

Optimale Dienstleistung, Service und Kundenbetreuung

Ein bestehender zufriedener Kunde ist mit Abstand das wertvollste Kapital eines jeden Unternehmens und darum muss diesem Punkt absolute Priorität geschenkt werden. Die perfekte Dienstleistung ist heute absolute Voraussetzung für den Erfolg Ihres Betriebes und muss jeden Tag aufs Neue bewiesen werden; d. h. es genügt nicht bei einem Kunden einmal gute Arbeit geleistet zu haben — eine gute Leistung muss permanent wiederholt werden!
Wichtig:

a. Dienstleistung bzw. Kundenzufriedenheit permanent überprüfen; z. B. mit Kundenbefragungen.
b. Überraschen Sie Ihre Kunden mit Dingen, welche sie nicht erwarten — dann werden sie zu Ihren Fans.
c. Qualität der Dienstleistung täglich überprüfen

Schlussfolgerungen

Betrachten Sie Ihr Geschäft ganzheitlich in allen Bereichen und bleiben Sie aufmerksam und offen für Neues. Das richtige Konzept, am richtigen Ort, mit den richtigen Mitarbeitern, zur richtigen Zeit funktioniert immer.

Ich wünsche Ihnen weiterhin viel Erfolg — Ihr Edy Paul

Edy Paul

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

Anzeige

CYCLING EXPERIENCE

STAGES CYCLING

STAGES FLIGHT

Bringen Sie Ihr IndoorCycling auf ein neues Level

Eine neue Dimension und abwechslungsreiche Erlebnisse

High-Tech setzt Kundennutzen und Betreibererfolg an erste Stelle

Spass, Motivation und Erfolg mit individueller Trainingssteuerung

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

Eine neue Methode, die die Selbstheilungskräfte des Körpers aktiviert

Gerhard Zallinger stellt in seinem Buch einen gänzlich neuen und noch nie in der Literatur beschriebenen Ansatz vor. Der Sportwissenschaftler und ÖFB-Trainer beschreibt wie er das «Vegetative Training» entdeckte, wie seine anfängliche Skepsis zu Begeisterung wurde und wie erstaunt er über die Effekte auf den Bewegungsapparat war. «Ich konnte sowohl bei mir selbst, als auch bei meinen Klienten eine unglaubliche Leistungsentfaltung sowie eine Verbesserung der physischen und psychischen Gesundheit feststellen», so Zallinger. Mit Hilfe des Atems und gezielter Bewegungen setzt man beim Vegetativen Training einen Prozess in Gang, der über das vegetative Nervensystem muskuläre Blockaden auflöst.

Die Ergebnisse sind erstaunlich. Gerhard Zallinger lässt in seinem Buch die Klienten selbst zu Wort kommen:

- So beschreibt z.B. Hans, dass er seit Monaten ein unangenehmes Gefühl in den Fusssohlen hatte. Nervenspezialisten konnten ihm nicht helfen, aber schon nach der ersten Sitzung mit Gerhard Zallinger war er beschwerdefrei. Und noch einen positiven Nebeneffekt hatte das Vegetative Training: Auch seine Rückenschmerzen waren verschwunden.
- Auch Stefan kam mit Rückenschmerzen. «Die Intensität des Schmerzes war unglaublich hoch. Ich konnte mir die Hose nicht ohne Hilfe anziehen, ich konnte meinen Alltag nicht meistern. Wie neugeboren bin ich nach der Sitzung wieder nach Hause gekommen, es ist unglaublich, was sich da getan hat», meint Stefan.
- Ursula hatte mehrere Bandscheibenoperationen bevor sie zu Dr. Zallinger kam. Ihr Fuss war taub, der Körper war in eine Schieflage gekommen. Sie schreibt: «Nach rund fünf Besuchen war meine Wirbelsäule gerade, und ich konnte wieder gehen. Es ist für mich wie ein Wunder! Meine Schmerzen haben sich halbiert. Meine Lebensfreude ist zurückgekehrt.»

Das Vegetative Training, das Zallinger von seinem Mentor Inge Clausen erlernte, basiert auf der Entdeckung Wilhelm Reichs, dass sich alles Erlebte in einer Art «Körpergedächtnis» niederschlägt. Schmerz und Trauma, seien sie körperlich oder seelisch, manifestieren sich in muskulären Verspannungen. Beim Vegetativen Training werden diese gelöst, was sich oftmals in einem «neurogenen Zittern» zeigt. «Neurogenes Zittern scheint eine Möglichkeit zu sein, aufgestaute Energien abzuarbeiten und damit dem gesamten Organismus Türen zu öffnen, in einen besseren Entspannungszustand zu wechseln und Erregungszustände abzubauen», so Zallinger.

Gerhard Zallinger; Die Macht in Dir — Wie der Körper sich selbst heilt; Ecowin Verlag; ISBN 978-3711002440

Das einfachste Yoga-Buch aller Zeiten

Yogalehrerin Nicole Reese hat für «Das einfachste Yoga-Buch aller Zeiten» 55 der gängigsten Asanas ausgewählt und erklärt deren Ausführung Schritt für Schritt und mit Bildern, die zeigen, worauf Übende achten sollten. Ausserdem liefert sie Antworten auf Fragen wie «Wann soll ich üben?» oder «Wie atme ich im Yoga?» und bietet zehn Flows mit verschiedenen Schwerpunkten an, die sich Leser nach einem einfachen Baukastenprinzip zusammenstellen können.

Nicole Reese; Das einfachste Yoga-Buch aller Zeiten; TRIAS Verlag; ISBN 978-3432109879

Differenziertes Krafttraining

Das Buch ist die optimale Kombination aus Erfahrung und Evidenz. Formuliert werden Kriterien für ein präzises, wirkungsvolles und zielgerichtetes Krafttraining und deren Umsetzung. Zahlreiche Grafiken und Abbildungen unterstützen den Text und erleichtern es dem Leser, Zusammenhänge zu verstehen.

Im ausführlichen Praxisteil sind die Übungen für eine effiziente Kräftigung der Rumpfmuskulatur erläutert und durch Fotos illustriert. Besonderer Wert wird dabei auf die angemessene Dosierung der Trainingsreize sowie auf die richtige Durchführung gelegt.

Neu in der 5. Auflage: Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen aktualisiert, viele neue Übungen für Hals-, Rücken- und Bauchmuskulatur. Komplett neue Fotos, neues, lesefreundlicheres, farbiges Layout.

Axel Gottlob; Differenziertes Krafttraining mit Schwerpunkt Wirbelsäule; Urban & Fischer Verlag/Elsevier GmbH; ISBN 978-3437470554

Print wirkt!

Ohne Diät für immer schlank und glücklich

Nie wieder eine Diät machen müssen und trotzdem schlank sein? Was wie eine Wunschvorstellung klingt, wird mit Is(s) doch ganz easy von Anja Löppmann, Ernährungsberaterin und Fitnesstrainerin, zur Realität.
Zeitschriften, Blogs, Bücher — wer hier mit Blick auf die Neujahrsvorsätze nach einer passenden Diät sucht, wird fündig. Warum aber eine Diät? Warum einem strickten Plan folgen? Warum gezielt auf Lebensmittel und Inhaltstoffe verzichten? Dieser Ratgeber zeigt auf, dass der Wunsch nach Gewichtsabnahme nicht immer an Diäten und Verzichte gekoppelt ist. Abnehmen und dauerhaft das Idealgewicht halten — und das ohne Diät und Verzicht: kein Problem mit Is(s) doch ganz easy.
Das Buch gibt zahlreiche Tipps und Tricks für die richtige Ernährung. Viele gesunde, schnelle und leckere Rezepte helfen dem Leser dabei erfolgreich abzunehmen. Dank einem kompletten Meal-Prep-Plan für acht Wochen reichen ab sofort zwei Tage pro Woche aus, an denen für maximal 90 Minuten gekocht wird, um für die gesamte Woche gerüstet zu sein.
Anja Löppmann; Is(s) doch ganz easy: Ohne Diät für immer schlank und glücklich; Meyer & Meyer Verlag; ISBN 978-3840376764

Selbstmanager werden

Dr. Marc Weitl ist mit seinem Unternehmen, der Hamburger cardioscan GmbH (cardioscan.de), seit fast zwei Jahrzehnten ein Innovator sowie Multiplikator im Bereich der Medical Fitness.
In «Topmanager sind Selbstmanager — Mit Mindful Leadership an die Spitze» zeigt der Autor den Leserinnen und Lesern, wie sie zum optimalen Selbstmanager werden. Dr. Marc Weitl erklärt, wie Stress überhaupt entsteht und wie man ihn durch verschiedenste Einflüsse — von der Ernährung bis hin zum Sport — reduzieren kann.
Mit den kreativen Lösungen bei cardioscan begann bereits 2001 der Einstieg in intelligente Test- und Trainingssysteme sowie Software und Systemlösungen für einen gesunden Lifestyle. In den letzten 18 Jahren hat sich das Unternehmen von Dr. Marc Weitl vom Pionier zu einem der bedeutendsten Anbieter auf dem Markt der Medical Fitness entwickelt.
Mit praktischen Tipps und Anleitungen versehen ist dieses Buch ein Must-Have — nicht nur für Topmanager.
Dr. Marc Weitl; Topmanager sind Selbstmanager — Mit Mindful Leadership an die Spitze; Insight Publishing GmbH; ISBN 978-3000646515

Die Schutzformel gegen die grössten Gesundheitskiller unserer Zeit

Die Übersäuerung des Organismus — ausgelöst durch falsche Ernährung und Stress — gilt als Hauptursache der sogenannten Wohlstandskrankheiten. So

sind etwa pH-bedingte Verschiebungen des Kalzium-Gleichgewichts verantwortlich dafür, dass Knochen spröde werden und Arterien verkalken. Und das unheilvolle Zusammenspiel von säurebildender, salzreicher und kaliumarmer Ernährung mit dem Stresshormon Cortisol treibt den Blutdruck in die Höhe und ebnet damit den Weg für Schlaganfall und Herzinfarkt; Bluthochdruck führt inzwischen weltweit zu mehr Todesfällen als das Rauchen.
Der vorliegende Ratgeber erklärt leicht verständlich die profunden Erkenntnisse von Dr. Jacob und zeigt Ihnen, wie Sie mit einigen einfachen Massnahmen — von einer kleinen Ernährungsumstellung bis hin zu ausreichend Entspannung, gutem Schlaf und Bewegung — den Teufelskreis von Übersäuerung und Stress durchbrechen können. Freuen Sie sich auf ein langes und gesundes Leben!
Barbara Simonsohn; Das Basische Prinzip. Dr. Jacobs Schutzformel gegen die grössten Gesundheitskiller unserer Zeit; Mankau Verlag; ISBN 978-3863745417

Anzeige

Achtung, streng geheim: Mystery Shopping und Secret Member!

Wenn verdeckt ermittelnde Testkäufer in Ihrem Fitnessclub unterwegs sind und Ihre Leistungen testen! Aber ist Kontrolle besser als Vertrauen? Erfahren Sie in diesem Artikel was es mit der Geheimnistuerei so auf sich hat und ob sich eine gelegentliche Betriebsspionage überhaupt lohnt!

Im Zuge des intensiven Wettbewerbs auf den Fitnessmärkten sind Sie als Anbieter bestrebt, sich von Mitbewerbern und Konkurrenten bestmöglich abzuheben, um von Ihrem Zielpublikum auf dem Markt eindeutig wahrgenommen zu werden. Dieses „anders sein" und „sich abheben" kennen Sie unter dem Begriff „(Wettbewerbs-) Differenzierung". Diese erreichen Sie mit der richtigen Positionierung Ihres Unternehmens sowie einer darauf abgestimmten Kommunikation und entsprechender Infrastruktur sowie Ausstattungsmerkmale, welche Ihre Zielkundschaft anspricht. Doch reicht das bereits? Was passiert nun, wenn ein potentieller Kunde Ihren Club zum ersten Mal betritt? Ab jetzt kommt es auf Ihre Mitarbeiter, den Service sowie die gebotene Qualität Ihrer Dienstleistung an. Wir sprechen in diesem Zusammenhang auch gerne vom „Moment of Truth", also dem Moment der Wahrheit.

Gerade in der heutigen Zeit, wo eine Differenzierung rein über die Hard-Facts (Ausstattung, Infrastruktur) Ihres Clubs nur noch eingeschränkt oder nicht mehr möglich ist, sind es die Soft-Skills Ihrer Mitarbeiter und die Qualität Ihrer Dienstleistungen, die am Ende überzeugen. Deshalb werden Methoden, mit denen man das gesamte Kundenerlebnis faktisch abbilden kann immer populärer und stossen auch in der Fitnessbranche auf grosses Interesse. In Sachen Mystery Shopping war die Touristikbranche bereits Vorreiter und lieferte uns bereits vor Jahren viele wertvolle Erkenntnisse, die sich auch auf die Fitnessbranche übertragen lassen. Schliesslich entfliehen Ihre Gäste ebenfalls dem Alltag (wenn auch nur für kurze Zeit) und möchten sich wie im Urlaub fühlen.

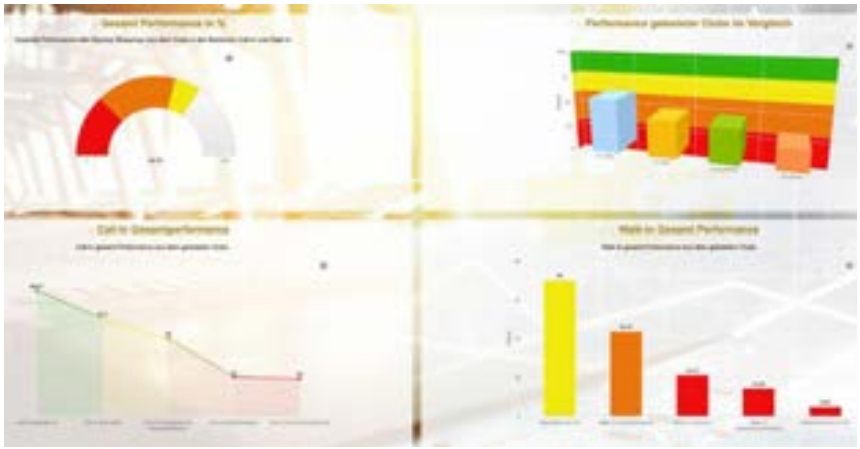
Was ist Mystery Shopping?

Mystery Shopping (oft auch Secret- oder Silent Shopping) meint den Einsatz geschulter Beobachter, die als „normale" Kunden auftreten, um reale Kundensituationen nach einem zuvor festgelegten Kriterienkatalog zu überprüfen. Entscheidend ist hier weniger die subjektive Wahrnehmung, als vielmehr eine möglichst objektive Beurteilung (Matzler/Kittinger-Rosanelli, 2000; Bruhn, 2006). Das Besondere dabei ist, dass der Testkunde ein wirkliches Bild von der Dienstleistung bekommt, so wie diese eben wirklich ist. Die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig und die als Mystery Shopper, Testkunden, Servicetester oder Testkäufer bezeichneten Personen können im eigenen Unternehmen, bei Kooperationspartnern oder sogar bei Wettbewerbern eingesetzt werden.

Wann und wo werden die verdeckten Testkäufe eingesetzt?

Mystery Shopping wird branchenübergreifend überall dort eingesetzt, wo Unternehmen ihren Kunden begegnen (B2C). Neben dem eigenen Unternehmen können auch gezielt relevante Wettbewerber getestet werden, um sich entsprechende Wettbewerbsvorteile zu sichern. Als Vorreiter sind hier Einzelhandelsgeschäfte, Gaststätten und Hotels sowie Call Center oder Werkstätte zu nennen. In der Fitnessbranche können Mystery Shoppings an wichtigen relevanten Customer Touchpoints (Schnittstellen mit dem Kunden) wie Telefon, Walk-In und Probetraining eingesetzt werden. Beim sogenannten Secret Member (geheimes Mitglied) wird ein Mitglied in Ihren Club eingeschleust, der dann Ihre Performance aus Sicht eines richtigen Mitglieds während regelmässigen Trainingsbesuchen erlebt und aufzeichnet. Im Rahmen der Customer Journey (Reise des Kunden) ergeben sich noch weitere wichtige Schnittpunkte wie bspw. das digitale Marketing und die damit in Verbindung stehenden Online Services.

Diese Kundenschnittstellen entscheiden darüber, ob ein Produkt oder eine Dienstleistung verkauft wird, ob die Bedürfnisse des Kunden befriedigt werden und letztlich auch, ob der Kunde die Leistungen des Unternehmens erneut in Anspruch nehmen wird oder eine Empfehlung ausspricht (Splendid Research GmbH, 2020). Somit sind die ominösen Testkäufe ein wesentlicher Bestandteil des Qualitätsmanagements und bei hochrangigen Premium-Dienstleistungen nicht wegzudenken.



Ausschnitt eines App-basierten Real-time Dashboards (starperformance AG, 2020)

Wie Läuft eine Mystery Shopping Analyse ab?

In einem ersten Schritt werden möglichst transparente Ziele definiert, die mit dem Einsatz der Analyse angestrebt werden. Diese bestimmen dann massgeblich die Gestaltung der eingesetzten Check-Liste, welche insbesondere auf die spezifische Unternehmenssituation sowie das Business Modell zugeschnitten ist. Wichtig ist, dass bspw. ein Standort zu verschiedenen Betriebszeiten getestet wird, um Spezialsituationen (z.B. Unterbesetzung durch Krankheit) zu erkennen, damit keine Verzerrung des Gesamteindrucks entsteht. In einem zweiten Schritt geht es um die Auswahl der Testkäufer, welcher später als Interessenten auf die Kundenreise geschickt werden. Grundsätzlich müssen alle Testpersonen unabhängig, kritisch, objektiv und anonym sein (van der Wiele et al., 2005). Letzteres Kriterium bezieht sich darauf, dass die Testpersonen niemals als solche erkannt werden dürfen. Diese und weitere Eigenschaften werden in der Ausbildung eines Testkunden ausgiebig geschult. Nachdem nun die Daten erhoben wurden, werden diese durch den Anbieter bereitgestellt. In der Regel arbeiten aktuelle Anbieter mit einer App-basierten Software, sodass Sie permanent über sämtliche Ergebnisse und Resultate informiert werden und Sie ebenfalls direkten Zugriff haben — von überall aus. Jeder einzelne Testbesuch wird dabei in einem eigenen Report (Bericht) detailliert dargestellt. Einen gesamthaften Überblick erhalten Sie auf einem Dashboard, welches mit Real-time (Echtzeit) Grafiken aufgebaut ist und Sie immer auf dem Neusten Stand hält. So können Sie neben aktuellen Ergebnissen auch die Entwicklung (Trendanalysen) Ihrer Performance verfolgen und diese (sogar für jeden Einzelnen Mitarbeiter) ausführlich darstellen.

Welchen Nutzen bringt ein Mystery Shopping-Projekt?

Eine Analyse mit verdeckten Testkunden bringt so gut wie keinen Mehrwert — wenn die daraus gewonnenen Erkenntnisse später nicht zur Optimierung der Dienstleistungen eingesetzt werden. Durch die Beurteilung Ihrer Performance aus Kundensicht erhalten Sie unschätzbar wertvolle Hinweise, wie potentielle Kunden Ihre Leistungen wahrnehmen und welches Potential noch genutzt werden kann. Zudem ist es ein wirksames Mittel gegen Betriebsblindheit, welche wohl jedem Unternehmer bekannt ist und gegen die es auch noch kein Impfstoff gibt.

Was sich mit Mystery Shopping beobachten lässt:

- Sozialkompetenz, Freundlichkeit und Engagement der Mitarbeiter
- Das Verhalten der Mitarbeiter in bestimmten Situationen
- Leben der vom Unternehmen vorgegebenen Qualitätsstandards
- Trainingsqualität, Fachkompetenz
- Service: Kompetenz, Erfüllung, Wartezeiten
- Beratungsqualität
- Training- und Betreuungsqualität
- Angebotspräsentation
- Verkaufsqualität (Sales Performance)
- Zusatzverkauf (Cross Selling)
- Sauberkeit und Hygiene
- Beschwerdemanagement
- Umsetzung von Marketingaktivitäten
- Performance relevanter Wettbewerber

Je nach Zielsetzung bedarf es allerdings unterschiedlicher Anforderungen an die Testpersonen, da bspw. Die Trainings- sowie Verkaufsqualität nicht zwangsläufig von Laien beurteilt werden kann. Für viele Aufträge ist spezifisches Branchenwissen unabdingbar, weshalb der Mystery Shopping Anbieter daher einen Branchenbezug haben sollte.

Ihre Bekannten und Freunde selbst als Tester einsetzen?

Um es gleich vorweg zu nehmen: Unterschätzen Sie keinesfalls Ihre Mitarbeiter, denn die spionierenden Kollegen sind meist längst im Team bekannt. Das Resultat: Ihre Mitarbeiter verhalten sich eben nicht natürlich wie sie es sonst vor potentiellen Kunden oder Mitgliedern tun, sondern zeigen ein anderes Verhalten, weil sie wissen, dass sie beobachtet werden. Ein weiterer Punkt ist auch, wie Ihre Mitarbeiter dies aufnehmen, wenn diese wissen, dass sie beobachtet werden, es jedoch nie offiziell von Ihnen erfahren werden. Im Rahmen einer Mystery Shopping Analyse verfügen Sie hingegen über eine weitestgehend objektive und professionelle Beurteilung, welche Sie mit Ihren Mitarbeitern offiziell besprechen können. Wenn Ihre Trainer, Service- und Empfangsmitarbeiter ihren Job ernst nehmen, werden diese sich brennend für ihre eigene Leistung interessieren und Sie spüren auf Anhieb, wer im Team Grund zur Beunruhigung gibt. Ebenfalls können Sie sich mit einer professionellen Kritik gezielt aus der Schussbahn lenken und ganz nebenbei: Verdeckte Testkäufe bilden immer wieder auch hervorragende Leistungen ab, an denen Sie sich mit Ihrem Team erfreuen können. Ein idealer Motivationsschub für die kommenden warmen Monate oder?

Felix Zimmermann, starperformance AG
www.starperformance-consulting.com

Vom Masseur zum Fitness-Grossunternehmer

Einst knetete er den Profi-Boxer Stefan Angehrn. Jetzt macht Tunç Karapalanci in der Fitnessbranche eine grosse Karriere. Der Ostschweizer zimmert sich Schritt für Schritt ein eigenes Imperium und schafft das, was MFIT (Migros) nicht gelungen ist: Er arbeitet mit seiner well come FIT AG profitabel in der Ostschweiz und baut sein Geschäft sogar aus, statt es zu verkaufen. Der jüngste Zukauf sind die beiden Wintifit-Ableger in Pfungen und Winterthur. Inzwischen hat er acht Standorte.

Roger Gestach im Gespräch mit Tunç Karapalanci

RG: Tunç, herzliche Gratulation zum Kauf der zwei Wintifit-Studios. Mit diesen ist deine well come FIT AG auf acht Standorte gewachsen. Hast du vor noch weiter zu expandieren oder reicht es jetzt?

TK: Im Augenblick prüfen wir verschiedene Angebote. Wir werden in unseren Einzugsgebieten sicherlich weiter expandieren. Die Kennzahlen dieser Standorte müssen jedoch passen. Wir agieren hier ohne Stress und ohne Druck. Wenn sich etwas ergibt, ergreifen wir natürlich die Gelegenheit beim Schopf.

RG: Erkläre uns doch das Konzept von well come FIT.

TK: Unser Konzept basiert auf drei Säulen: Die erste Säule bildet unser modulares Preis-System. Der Kunde bezahlt exakt die Leistung, die er bei der well come FIT AG auch in Anspruch nehmen möchte. Hierbei ist es unser Bestreben dem Kunden jeweils das beste Angebot in diesem Bereich gegenüber unseren Mitbewerbern zu bieten.

Die zweite Säule unseres Konzepts bildet unser Qualitätsbewusstsein bei den Geräten: Wir sind immer auf dem neuesten Stand und prüfen bei Neuerscheinungen umgehend die Möglichkeit einer sofortigen Anschaffung.

Die dritte und für mich tragendste Säule ist mein Team: Meine Mitarbeitenden stehen bei mir an vorderster Stelle und bilden die Grundlage unseres Erfolges. Meine Centerleiterin-

nen und Centerleiter leben täglich die Marke well come FIT und werden dabei voll von mir und meinem internen Team unterstützt.

RG: Du hast bereits zweimal die Migros Ostschweiz verärgert. Vor längerer Zeit hast du dein damaliges Fitnesscenter an die Migros verkauft und danach in unmittelbarer Nähe ein neues Center gebaut. Und letztes Jahr hast du die Räumlichkeiten des Fitnessparks Einstein übernommen. Erzähl uns doch ein paar Details zu diesen beiden Coups und wie ist dein Verhältnis zur Migros heute?

TK: Ich kann nicht sagen, ob ich sie verärgert habe. Mein Handeln zielte definitiv nicht darauf ab. Die Situation ist noch immer angespannt — allerdings nicht von meiner Seite. Für mich war es beim Verkauf des Standorts im Stadtzentrum von Frauenfeld vor über zehn Jahren wichtig, dass sämtliche Punkte vertraglich festgehalten wurden und dass sich beide Parteien auch daran halten. Der Verkauf und die Eröffnung an einem strategisch besser gelegenen Ort in Frauenfeld gaben den Startschuss für unser heutiges Konzept und boten dabei die Möglichkeit, uns neu auszurichten und aufzustellen. Die Übernahme des ehemaligen Fitnesspark Einstein im Zentrum von St. Gallen erfolgte auf der strategischen Überlegung, dass es in St. Gallen sicherlich drei Standorte braucht, um der Nachfrage unserer Mitglieder gerecht zu werden.

RG: Du hast in der Branche angefangen als Masseur von Stefan Angehrn. Wie ist dein Werdegang?

TK: Wie soll ich die vergangenen 29 Jahre hier am besten zusammenfassen... Ich hatte viele Hochs und auch einige Tiefs. Wichtig war für mich immer, dass ich an dem was ich mache Spass habe, aus meinen Fehlern lernen kann und mich immer weiter entwickeln kann. Im Idealfall begehe ich nicht zweimal denselben Fehler — und konzentriere mich auf das Positive.

Meine Massagepraxis in Frauenfeld habe ich zunächst um eine Physio- und Kosmetik-Praxis erweitert. Nach 15 Jahren wurden wir allerdings zu gross und ich musste mich aus dem Therapiealltag zurückziehen, um dringenderen Aufgaben in meinem Geschäft gerecht zu werden. In die Fitnessbranche bin ich durch einen Zufall hineingerutscht: Aufgrund meines Know-hows rund um das Thema Wellness habe ich einem Fitnesscenter ein Spa installiert. Dieses Fitnesscenter habe ich dann übernommen und damit den Grundstein der heutigen well come FIT AG gelegt.

Natürlich musste ich als Neuling in dieser Branche viel Lehrgeld bezahlen, doch diese Erfahrungen haben mir auch das Rüstzeug für den weiteren Geschäftsverlauf gegeben. Heute besitze ich acht Fitnesscenter mit rund 300 Mitarbeitenden und habe Spass daran, mich körperlich und geistig in und an diesen Centern auszuleben. ▶

RG: In der Ostschweiz gibt es eine harte Konkurrenz mit update Fitness und auch fitness plus. Wie schafft ihr es, profitabel zu arbeiten, etwas das MFIT nie gelungen ist?

TK: Diese Aufgabe kann ich nur gemeinsam mit meinem Team bewältigen. Wir pflegen bei uns einen sehr engen und gleichzeitig professionellen Kontakt. Wir stehen in täglichem Austausch, um gemeinsam an Problemen und Vorkommnissen zu wachsen. Ich spüre den Puls von meinem Team und genau diese Verbindung braucht es, um heutzutage erfolgreich zu sein. Unser Erfolg basiert auf der starken Verbindung in unserem Team. Wir lösen unsere Probleme intern und teilen die Erfahrungen in internen Schulungen. Erkennen, reagieren anstatt nur zuzuschauen, das ist unsere tägliche Haltung.

RG: Gemäss meinen Informationen hast du noch weitere Firmen und betreibst zum Beispiel auch eine Fitness-App. Erzähle uns doch mehr über deine weiteren Aktivitäten.

TK: Die well come FIT Gruppe besteht in der Tat aus mehreren Firmen, denen ich mich allerdings nicht mit der gleichen Leidenschaft widmen kann, wie den Fitnesscentern. So produzieren wir mit einer Firma beispielsweise auch Frottee-Wäsche und Sportkleidung, die in unseren Centern zum Einsatz kommen. Mithilfe unserer App troody können sich unsere Mitglieder über unsere Groupfitness-Kurse informieren.

RG: Du unterrichtest selber noch Groupfitness-Lektionen. Was unterrichtest du und wie viele Lektionen in der Woche?

TK: Als Instruktor bin ich direkt am Puls meiner Fitnesscenter. Das Unterrichten macht mir noch immer Spass. Am liebsten unterrichte ich Bodypump, Fitboxen sowie TRX. Ich bin sicherlich fünf- bis siebenmal pro Woche selbst aktiv. Solange unsere Mitglieder Spass in meinen Stunden haben und diese gut besucht sind, mache ich sicherlich weiter.

RG: Was macht Tunç privat, wenn er nicht im Fitnesscenter arbeitet oder trainiert?

TK: Privat bin ich am allerliebsten ein Familienmensch. Meine Familie mit meiner Frau und meinen drei Kindern stehen bei mir an allererster Stelle. Sie motivieren mich täglich aktiv zu bleiben und immer etwas Positives an mein Umfeld weiterzugeben. Wir sind häufig sportlich in der Natur unterwegs — im Winter auf den Skiern und im Sommer natürlich am See.

RG: Ganz herzlichen Dank und weiterhin viel Erfolg. ■

STRETCH and STRENGTH

HIMTEC-BODYSTRETCHER
GRATIS 2MT TESTEN
0800 201 800

www.bodystretcher.ch

HIMTEC - BodyStretcher V4
Geprüft & empfohlen
AGR
BdR

BackFit

Gesundheits- und Fitnesscenter – Der Kunde im Mittelpunkt

«Nehmen Sie Medikamente, sind Sie in ärztlicher Behandlung, haben Sie Beschwerden am Bewegungsapparat, leiden Sie unter Stoffwechselbeschwerden und/oder Atemwegsbeschwerden, hatten Sie in der Vergangenheit Operationen und zu guter Letzt, leiden Sie unter Herzkreislaufbeschwerden?» Fragen wie diese bereichern den Standard-Fragebogen im Fitnesscenter und werden mit individuellen Fragen der jeweiligen Center wie «Rauchen Sie?» etc. ergänzt. Ebenfalls häufig anzutreffen ist die Befragung nach Dr. Probst betreffend Herz-Kreislaufrisiko. Neu hinzugekommen ist das Erfassen des Stresslevels, des Schlafverhaltens bzw. der grundsätzlichen Lifestyle-Anamnese.

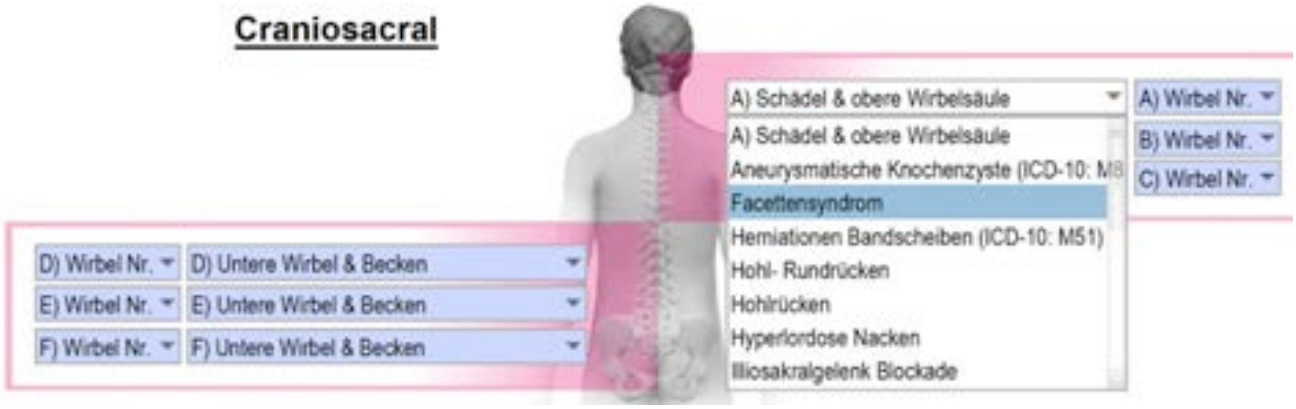
Oftmals erfolgen zusätzliche Standortbestimmungen, welche dem Kunden aufzeigen wie sein aktueller Fitnesslevel ist. Auch werden aktuell immer mehr Tests integriert, welche die Funktionalität des Bewegungsapparates testen sollen und spezifische Übungen dadurch abgeleitet werden können. Des Weiteren sind BI-Analysen, Spiroergometrie, Testgeräte für die Rumpfkraft, Gentest für die Ermittlung von Risikofaktoren oder zur Bestimmung der Ernährung etc. gängige Mittel, um eine Standortbestimmung durchzuführen, Empfehlungen auszusprechen und die Wirksamkeit des Trainings aufzuzeigen.

Fehlen dürfen natürlich auch die «Maximusminimalistus» nicht, welche den Fragebogen, wohl aus papiersparenden Gründen, auf eine A5 Grösse reduzieren und gerade mal 6 Fragen stellen.

An den möglichen Befragungen und Standortbestimmung mangelt es mit Sicherheit nicht. Wo es aber gewaltig mangelt ist in der Auswertung bzw. der Interpretation der Tests. Bei einem Grossteil der Anamnesen handelt es sich um ein notwendiges Übel um sich versicherungstechnisch abzudecken. Andere Tests geben hingegen klare Auskünfte darüber, welche Strukturen allenfalls gestärkt werden sollten, leider werden sie wieder auf ein lokales, muskuläres Geschehen reduziert.

Was vollends fehlt, ist die Befragung über mögliche emotionale Engpässe oder klaren psychischen Beschwerden. Diese sind in unserer beschleunigten Zeit markant auf dem Vormarsch und es wird nach wie vor nicht genügend darauf reagiert. Möchte man wissen warum, bekommt man die Antwort: «Wir sind keine Psychologen und das steht uns nicht zu». Wenn es danach ginge dürften wir auch die anderen Fragen nicht stellen, denn wir sind keine Orthopäden, Kardiologen oder gar Suchtspezialisten, wenn es um das Rauchen geht. Ebenfalls sind wir meist keine Ernährungsberater, geben aber trotzdem Empfehlungen über mögliche Supplemente ab oder bieten gar Ernährungsberatung an.

Was ebenfalls nicht beachtet wird, ist die Vernetzung der einzelnen Beschwerden untereinander im Sinne des «Triad of Health». Viele von uns wissen, dass «irgendwie» alles zusammenhängt, doch wir können es nicht richtig erfassen bzw. bewerten. Warum? Die Antwort ist einfach, in unserer medizinischen Denkweise sind diese Verbindungen in keinem Modell integriert. Es gab und gibt zwar immer wieder Versuche, solche Verbindungen herzustellen, doch scheiterten sie schon in ihrem Grundsatz bzw. an der Tatsache, dass nicht alle Faktoren integriert sind.

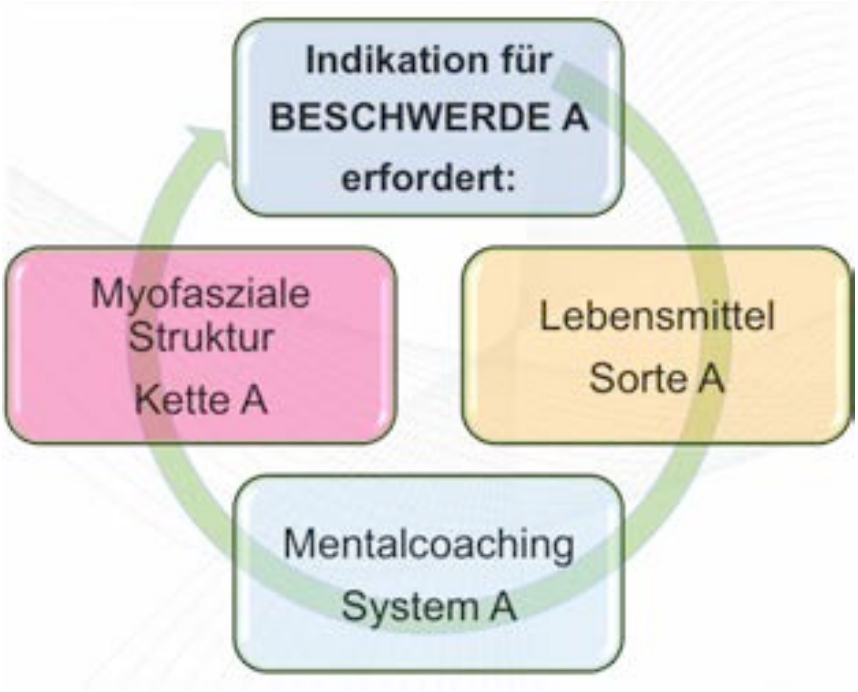


Auf der Suche nach einem Problemlöser für die Gestaltung eines Gesundheitscenters

Um sich Gesundheitscenter nennen zu dürfen, muss — meiner Meinung nach — diese Verbindung konzeptionell verpflichtend sein. Wer in seinem Center eine Physiotherapie oder eine Arztpraxis integriert, verfolgt dieses Konzept ebenfalls, doch meist leider auch hier ohne zusammenhängendes System. Unter einem zusammenhängenden System verstehe ich, dass Symptome, Beschwerden und psychologische Faktoren sich gegenseitig ergänzend in allen Bereich erklärt und definiert werden können. Wenn ich also Symptom A habe, dann weiss ich genau, dass ich Lebensmittel A, Mentalcoaching A und myofasziale Strukturen A bearbeiten muss und sich dies im Hintergrund auch klar begründen lässt.

Ronald Jansen

www.360-pain-academy.com



Existiert ein solches Tool in der Praxis tatsächlich, so würde es die Programmgestaltung in der Praxis revolutionieren.

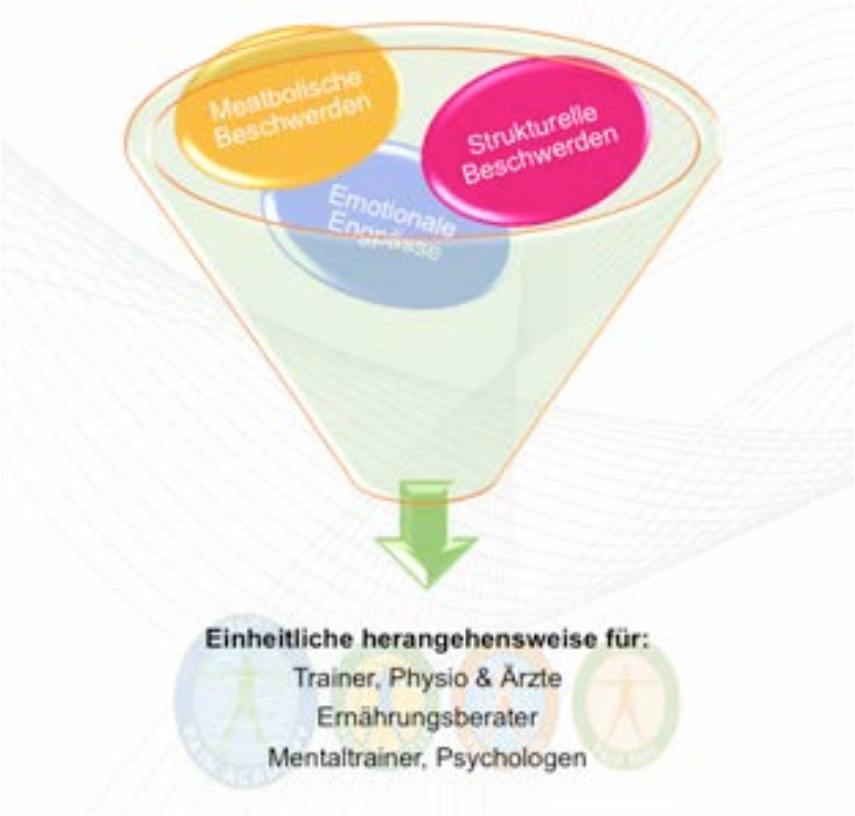
Physiotherapien denken nach wie vor, dass Fitnesscenter nicht gegen Schmerzen vorgehen sollten und Fitnesscenter denken, dass Physios keine Trainings für Gesunde gestalten können. Beide haben nicht ganz unrecht! Irgendwie muss also die Lücke dieser beiden Parteien miteinander verbunden werden, so dass der Trainer mit seinem Know-how gegen Schmerzen vorgehen kann und der Physio für Gesunde ein anständiges Training zusammenstellen kann. Dazu bedarf es aber einem gemeinsamen Konzept und dieses fehlt. Der Trainer kann nichts mit der Anamnese des Physios anfangen, und umgekehrt ebenfalls nicht.

Auch kann von einem Trainer nicht grundsätzlich erwartet werden, dass er über ein solch tiefes Wissen verfügt, dass er spezifische Programme für die Schmerzbewältigung erstellen kann. Dafür sind die Ausbildungen zu unspezifisch und zu kurz, was einerseits wieder an der Zahlungsbereitschaft des Trainers liegt, andererseits in der Einstellung der Branche, dass ein Fitnesscenter nicht therapieren darf, auch wenn wir dies tagtäglich trotzdem machen.

Zwar werden immer mehr Gesundheitscenter eröffnet bzw. nutzen den aktuellen Boom um auf diesen Zug aufzuspringen, doch primär steht der wirtschaftliche Aspekt im Vordergrund und nicht wirklich die Gesundheit des Kunden. In jedem Gespräch, welches ich mit Centern führe, höre ich: «Wir überlegen, uns neu als Gesundheitscenter zu positionieren um mehr Kunden zu gewinnen»! Sollte es nicht heissen: «Wir überlegen uns, wie wir unser Know-how in der Schmerzbewältigung verbessern können, damit der Kunde präventiv und/oder rehabilitativ maximale Erfolge erreicht»!? Wir überlegen aktuell zu viel wie wir wirtschaftlich erfolgreich sein können, anstatt wie wir die maximalen Erfolge für den Kunden erreichen. Die Wirtschaftlichkeit ist meist von kurzer Dauer, die Kundenzufriedenheit von generationenübergreifender Dauer. Die Fitnessbranche hat in den letzten Jahren, speziell mit der Digitalisierung, einen enormen Aufschwung erlebt. Wir konnten uns in vielen Dingen verbessern: Tracking, Scanner, Spielerisches-Fitness, automatisch gesteuerte Fitnessgeräte, Verkaufs- und Marketingmöglichkeiten, um nur einige zu nennen. Viele Geräte wurden entwickelt, um den Trainer in seiner Tätigkeit zu ersetzen, zu unterstützen oder ihm die Arbeit zu vereinfachen.

Daran ist grundsätzlich auch nichts falsch, doch sollten wir die Tools nicht so entwickeln, dass wir den Trainer an der Front fachlich bereichern, ohne dafür viel Geld und Zeit auszugeben? Sollten wir nicht eher darauf bauen, die Beziehung des Kunden zum Trainer fachlich zu untermauern und dadurch die Kundenbindung zu erhöhen? Sollten wir nicht ein Konzept erstellen, welches sowohl das Center, den Trainer und insbesondere auch den Kunden vor einer Abhängigkeit beschützt?

Doch, genau das sollten wir, doch dann kommt wieder die Trainerfluktuation ins Spiel, welche leider enorm hoch ist. Aus diesem Grund ist dann auch die Bereitschaft für ein Investment in einzelne Fitnesstrainer eher auf interne Schulung beschränkt. Auch wenn entsprechend in einen Trainer investiert wird und auf ihn basierend ein Konzept angeboten wird, welches fachlich nur dieser Trainer oder allenfalls ein weiterer beherrscht, geraten wir ▶

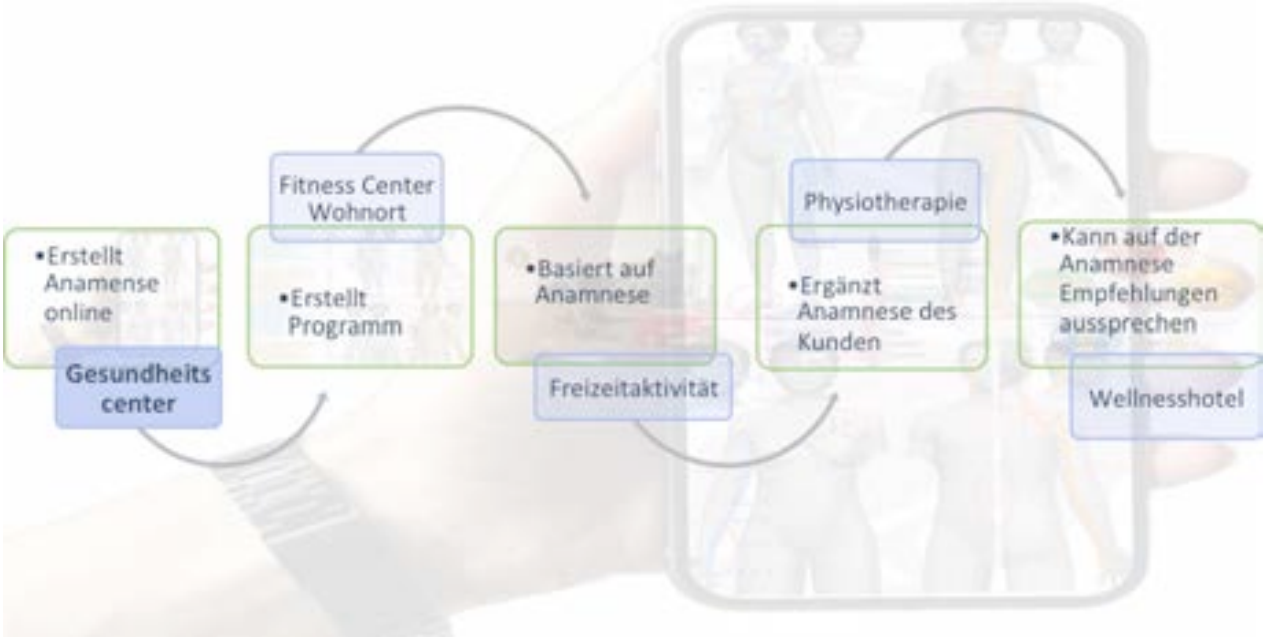


in eine Abhängigkeit... Also sicher nicht der richtige Weg. Dann sind da immer wieder diese Investitionen, auch in die entsprechende App, das Gerät oder die Abogebühren, welche alle Center mittlerweile als extrem störend empfinden. Zudem habe ich nachher hundertmal Login plus Dokumente, welche ich ausdrucken muss. Und dann natürlich immer wieder die Aussage, dass der Kunde nicht bereit ist dafür zu bezahlen. Doch ist er das wirklich nicht oder bieten wir einfach das Falsche an?

Idealerweise sollte für das Fitnesscenter ein Tool existieren, mit welchem das Center unabhängig bleibt, die fachliche Fähigkeit frappant unterstreicht, geräteunabhängig ist, wenig bis keine Zeit für die Einschulung investieren werden muss, die Zufriedenheit und Schmerzfreiheit des Kunden verbessert, die Arbeit zeitsparend erleichtert aber trotzdem professionalisiert. Etwas, womit Sie zusätzlich Geld verdienen, ohne vorher etwas dafür zu bezahlen und mit einem öffentlichen Marketing mehr Kunden generieren.

Auf der anderen Seite steht da der Kunde, der sich Gedanken über eine Zusatzdienstleistung der Anamnese macht und sich überlegt: «Was genau habe ich denn davon?». Einerseits sieht er sich damit konfrontiert, dass er die Daten nicht besitzt, wenn er das Center verlässt, andererseits sieht er speziell im Bereich Gesundheitstraining den zu erwartenden Mehrwert nicht. Letztlich sollte der Kunde nach der Anamnese genau wissen, was er nun machen soll, um seine Schmerzen zu lindern. Hinzu kommt noch, dass die Anamnese auf die Aktivität im jeweiligen Fitnesscenter beschränkt und für ihn somit nicht wirklich relevant ist. Es müsste schon etwas sein was ihn auch in seinem Alltag bestärkt, alle Fragen abdeckt und ihn auch in seinen anderen Lifestyleaktivitäten unterstützt bzw. welches er auch in einem anderen Fitnesscenter anwenden kann.

Aus Kundensicht bedarf es einer Lösung, welche ihn ganzheitlich und systematisch analysiert, ihm also sowohl Verhaltenstipps, Ernährungsvorschläge und klare Trainingsvorschläge liefert, die Tipps und Übungen nicht auf das Center beschränkt sind, evidenzbasiert nachweislich Schmerzlindernd sein kann, fachlich durch eine Institution untermauert ist und wohl am Wichtigsten: Dass die Empfehlungen ihm gehören, auch wenn er das Center wechselt. Dafür ist der Kunde dann auch bereit zu bezahlen, wir haben das in der Praxis eruiert und der Kunde wäre für eine solche Anamnese bereit zwischen 50 und 70 Franken zu bezahlen. Für zusätzliche Anamnesen, welche ihn in der Schmerzbewältigung unterstützen, werden bis zu 200 Franken ausgegeben. **Fortsetzung in der nächsten Ausgabe.** ■



360° PAIN ACADEMY®

Weil Schmerzfreiheit selbstverständlich sein sollte!

Nächste Kurse

24. April 2020

Myofascial Pain Pattern

Lerne fasziale Muster als Schmerzursache kennen.

Funktionelles Faszien Training zur Schmerzbeseitigung. Kurz, einfach und effizient.

Daten: 24. bis 25. April 2020

Zeit: 8.30 bis 17.00 Uhr

Wo: Ritterhausstr. 9, CH-8713 Uerikon

07. Mai 2020

360° PAIN*coach*® First

Du lernst die Grundlagen im Umgang mit Schmerzkunden im Fitnesscenter/ Personal Training kennen.

Erlebe das enorme Potenzial des 360° PAIN*analyzes*® System in der Praxis.

Daten: 07. bis 09. Mai 2020

Zeit: 8.30 bis 17.00 Uhr

Wo: Ritterhausstr. 9, CH-8713 Uerikon

Jetzt anmelden unter:
Telefon: +41 (0) 44 500 22 24
www.360-pain-academy.com

360° PAIN ACADEMY®
Grundstrasse 10b, CH-8712 Stäfa
Telefon: +41 (0) 44 500 22 24, www.360-pain-academy.com

EDUQUA

label physio

Gesünder leben mit dem milon und five Gesundheits-Training

Mitte Februar trafen sich 33 unabhängige Unternehmer zum ersten Netzwerktreffen im FR!TZ bewegt mich in Illnau, dem Showroom von milon und five Schweiz. Die teilnehmenden Studiobetreiber, die auf milon und five setzen und sich mit einem einheitlichen Konzept klar im Gesundheitsmarkt positionieren, erhielten in einem Vortrag von Dr. Samuel Stutz wertvolle Informationen zu den gesundheitlichen Problemen der Gesellschaft und der damit verbundenen grossen Bedeutung des milon und five Gesundheits-Trainings.

Exklusiver Medienpartner von www.gesundheits-training.ch ist das Magazin «sprechstunde doktor stutz». Der TV- und Zeitschriften-Arzt Dr. Samuel Stutz geniesst als «Doktor der Nation» eine hohe Glaubwürdigkeit — Leserinnen und Leser, die sich zumeist in der zweiten Lebenshälfte befinden, schätzen seine Ratschläge. In seiner Zeitschrift «sprechstunde doktor stutz» und in den wöchentlichen Newslettern thematisiert er auf verständliche Weise aktuelle Gesundheitsthemen.

In seinem Vortrag ging Dr. Samuel Stutz auf die grössten gesundheitlichen Probleme der heutigen Gesellschaft ein. Hierzu zählen die nicht übertragbaren Zivilisationskrankheiten, die aus Bewegungsmangel und Übergewicht entstehen, wie zum Beispiel Bluthochdruck, Diabetes Typ 2 sowie Rücken-, Gelenk- und Herz-Kreislauf-Probleme. Diverse wissenschaftliche Studien belegen, dass eine Lebensstilveränderung, basierend auf regelmässiger Bewegung und gesunder Ernährung, eine nachhaltig positive Wirkung auf die Gesundheit haben.

Trainingsziele erreichen mit milon und five

Die bisher 33 Partner-Studios setzen beim Training auf einfache, sichere und effektive Konzepte von milon und five. Die digitale Welt der milon CARE Software ermöglicht eine optimale Trainingssteuerung und eine präzise Erfolgskontrolle. Dadurch kann sich der Trainer oder Therapeut zu hundert Prozent auf den Kunden konzentrieren. So wird der Trainingserfolg nicht dem Zufall überlassen, was sich sehr positiv auf die Trainingsmotivation auswirkt. Die Folge: Die Trainierenden erreichen ihre Trainingsziele (Schmerzfreiheit, Gewichtsreduktion und Herzgesundheit) und leben gesünder.

In jeder Ausgabe von «sprechstunde doktor stutz» werden künftig unter der Rubrik Gesundheits-Training Erfolgsgeschichten aus den 33 milon und five Partner-Studios erzählt. Diese Berichte belegen den gesundheitlichen Nutzen und die nachhaltige Wirkung von regelmässigem Training sehr eindrücklich.
Mehr Informationen unter:
www.gesundheits-training.ch

Anzeige

14x in der Zentralschweiz

one training center

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

one-training.ch

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

Peter Kuoni – Ein Urgestein der Schweizer Fitnessbranche geht in Pension

Von David Kuoni, Co-Geschäftsführer Fitness Connection Sursee

Unser Mitarbeiter Peter Kuoni geht nach über 32 Jahren Anstellung bei Fitness Connection in Sursee sowie zuvor einigen Jahren Selbstständigkeit mit eigenen Fitnessstudios in seinen wohlverdienten Ruhestand. Aufgrund seines prägenden Beitrags an unserem Unternehmen sowie seiner Kreativität und seinem Erfindergeist beim Konstruieren eigener oder beim Verbessern bestehender Fitnessgeräte möchten wir ihm diese Seite widmen. Als Danksagung für seinen unermüdlichen Einsatz in den letzten 32 Jahren, bei dem er nicht einen einzigen Tag krankgeschrieben war, blicken wir zurück auf seine bedeutsamsten Momente.

Begnadeter Mechaniker konstruierte seine eigenen Fitnessgeräte

Am 7. März 1955 kam Peter Kuoni als zwölftes von insgesamt 13 Kindern auf die Welt. Er wuchs auf dem elterlichen Bauernhof in Willisau im Luzerner Hinterland auf. Auf dem landwirtschaftlichen Betrieb der Eltern experimentierte der jugendliche Peter mit allerlei Gerätschaften. So baute er beispielsweise anhand einer Modellseilbahn ein lebensgrosses, funktionstüchtiges Exemplar nach, für das der kleinere Bruder Paul das Versuchskaninchen sein durfte.

Einige Jahre später, als Bruder Paul aus der Rekrutenschule eine Büchse Eiweiss sowie eine Bodybuilding-Zeitschrift nach Hause brachte, wurde Peter vom Fitnessfieber erfasst. Fasziniert von den Körpern der Bodybuilder aus den 70er Jahren, begann Peter selber mit dem Krafttraining. Wieder musste der elterliche Hof als Versuchsstätte hinhalten, und so wurden im Geräteschuppen Langhanteln und Powerracks geschweisst und an den Dachbalken des Bauernhauses Kabelrollen für Seilzüge befestigt.

Peter Kuoni in seinem ersten Fitnessstudio in der Stadt Willisau, 1981

Fitnessgeräte Marke Eigenproduktion, ca. 1980/81

Kurz darauf bot sich für Peter die Gelegenheit, eine kleine Fläche in einem Keller im Städtchen Willisau zu mieten. Dort richtete er das allererste Fitnesscenter in der Region ein. Für dieses Center mussten nun natürlich richtige Geräte her. Dank seines mechanischen Geschicks war Peter in der Lage, kommerzielle Fitnessgeräte aus Prospekten oder in anderen Fitnesscentern abzuschauen und daraus seine eigenen Maschinen zu fertigen.

Nach einigen Jahren der Betriebstätigkeit in seinem ersten Fitnessstudio bot sich für Peter die Möglichkeit, eine grössere Fläche im Tenniszentrum in Willisau zu mieten. Zu den Höhepunkten dieses Abschnitts gehört wohl, als Peter den deutschen Mr. Universe Jusup Wilkosz ins ländliche Willisau einlud. Zahlreiche Schaulustige kamen damals von weit her in das Fitnesscenter von Peter, um dem Bodybuilder Wilkosz, der seinerzeit gegen Arnold Schwarzenegger antrat, beim Training zuzusehen.

Unterstützung des Bruders bei Eröffnung von Fitness Connection in Sursee

Nach einigen Jahren schwand Peters Interesse daran, selbstständig ein Fitnesscenter zu betreiben. Als schliesslich sein Bruder die Möglichkeit hatte, auf einer Fläche von 1'100 Quadratmetern in Sursee ein eigenes Center zu eröffnen, entschloss sich Peter, seine Selbstständigkeit aufzugeben und Paul mit aller Kraft dabei zu helfen, dessen Center aufzubauen und zu eröffnen.

Seit der Eröffnung von Fitness Connection in 1988 ist Peter ein unverzichtbarer Teil des Unternehmens geworden. Die Kunden schätzen in ihn für seine aufgestellte Art, seinen Humor und für die Gespräche über Gott und die Welt, die Peter gerne und basiert auf seinen grossen christlichen Glauben führt. Wir, Gerda und Paul Kuoni mit Familie sowie das ganze Team Fitness Connection Sursee bedanken uns für Peters unermüdlichen Einsatz und wünschen ihm nur das Beste für seinen Ruhestand. Wir hoffen, dass er uns auch die nächsten, mindestens 32 Jahre erhalten bleibt, und weiterhin regelmässig zum Training vorbeikommt.

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

Universitätsspital Zürich mit veraltetem Wissen?

Heike Bischoff-Ferrari erforscht am Universitätsspital Zürich wie man gesund altert. Dazu läuft auch in Basel und Zürich eine Studie unter dem Namen STRONG. Die Geriatrie-Professorin rät zu Bewegung und sagt, worauf man bei der Ernährung achten muss.

Frau Doktor Bischoff-Ferrari hat in einem Bericht vom 8. Februar 2020 im Tagesanzeiger einen Satz rausgehauen, der in der Fitnessbranche für grössere Diskussionen gesorgt hat:

«[...] Krafttraining heisse aber nicht unbedingt, ins Fitnessstudio zu rennen und Hanteln zu heben [...] Es reiche auch, regelmässig Treppen zu steigen und jeden Tag ein paar Kräftigungsübungen zu machen, etwa so genannte Planks zur Stärkung der Bauchmuskulatur [...]».
Insbesondere Jean-Pierre Schupp, ehemaliger Herausgeber der FITNESS TRIBUNE, war absolut schockiert über diese Aussage. Er hat deshalb an namhafte Persönlichkeiten aus der Gesundheitsbranche eine E-Mail verfasst.

Zu Redaktionsschluss lief der E-Mail Verkehr diesbezüglich immer noch heiss. Wir berichten deshalb in der nächsten Ausgabe.

Antara® Konzeptzertifizierung

Antara, das Rückenkonzept star education AG/Schweiz, geniesst weitere Anerkennungen und darf neu folgende zwei Konzeptzertifizierungen anbieten:

Rücken-Kräftigungstraining ist ZPP (Zentrale Prüfstelle für Prävention) zertifiziert! Das Prüfungsergebnis ist positiv und somit erfolgte eine Anerkennung (Zertifizierung) des Konzeptes und dessen Freischaltung in der Kursdatenbank für Kursanbieter (Physiotherapeuten, staatl. geprüft. Gymnastiklehrer, stattl. geprüfte Sportlehrer, usw.).

Zert. Antara® Hebammen Weiterbildung
Die Weiterbildung "Zert. Antara® Beckenboden Fachfrau Schwangerschaft/Rückbildung für Hebammen" ist vom SHV - dem Schweizerischen Hebammenverband anerkannt.

Anzeige

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

Nautilus wird 50 Jahre!

Einer der bekanntesten Marken in der Fitnessindustrie, Nautilus, feiert dieses Jahr das 50-jährige Bestehen.
So baute der Gründer Arthur Jones bereits 1948 den ersten «Pull over»-Prototypen, der schliesslich 1970 für den Verkauf unter dem Namen Nautilus fertig gestellt wurde. Jones veränderte seitdem die Landschaft der Fitnessbranche mit seiner revolutionären «CAM»- Technik, die an ein Schneckenhaus («Nautilus») erinnert. «Die Nautilus CAM war so innovativ für Kraftmaschinen, weil sie die Art und Weise veränderte, wie mit Geräten trainiert werden kann: Damit entsprach der Widerstand beim Training erstmals der natürlichen Kraftkurve und verschiedene Geräte trainieren spezifische Muskelgruppen» so Bodo Fink, Verkaufsleiter der ratio AG.

Nautilus hat durch die weitere Entwicklung lösungsorientierter Produkte wie dem Glute Drive und der SVA-Plattform immer eine Vorreiterrolle bei Innovationen eingenommen. Mit fünf Linien an Kraftgeräten, davon eine grosse Plate Loaded Serie, HumanSport und einer riesigen Auswahl an Bänken und Racks präsentiert die Kultmarke Nautilus heute hochwertige Kraftgeräte für jedes Bedürfnis.

Nautilus hat in den letzten 50 Jahren nicht nur die Art und Weise revolutioniert, wie mit Kraftgeräten trainiert wird. Seit Nautilus zum Mutterkonzern Core Health and Fitness gehört wird noch kräftiger in die Zukunft investiert. «Man darf wirklich gespannt sein, was aus dem Hause Core Health & Fitness kommen wird. Nicht nur bei Nautilus sondern auch bei STAR TRAC, StairMaster und SCHWINN sind Innovationen vorprogrammiert!» meint Michel Koch, Marketingleiter der ratio AG.

Erweiterung der Verkaufsaktivitäten der Ratio AG

Bodo Fink, Verkaufsleiter von ratio

Seit Beginn dieses Jahres hat das Unternehmen sein Vertriebsteam mit Gilles Mattle (Nordwestschweiz) und Christian Cuvelier (Romandie) zusätzlich verstärkt. Weiterhin beraten Patrick Gisler in der Zentral- und Ostschweiz sowie Verkaufsleiter Bodo Fink im Tessin die Kunden bei ihren Projekten.
Zusätzlich zum Engagement von ratio unterstützt neu der Partner gym80 unter dem Dach der gym80 Schweiz AG die Verkaufsaktivitäten in der Schweiz.
Alle ratio-Kunden haben wie bisher einen direkten Ansprechpartner für 3D Planung und Visualisierung sowie Garantie- und Serviceleistungen in der Schweiz und profitieren auch weiterhin von der Erfahrung und Leidenschaft, sowie des umfassenden Qualitätsprodukte-Portfolios und dem partnerschaftlichen Werteverständnis.
www.ratio.ch

Gruppentrainingsformate für alle

Die Skill Line von Technogym wurde in Zusammenarbeit mit Olympia-Champions entwickelt und bietet zahlreiche Möglichkeiten.

Als Technogym die revolutionäre Skill Line präsentierte, war die Begeisterung riesengross. Die Kombination aus modernster Technik, hochmoderner Funktionalität und bestechender Optik überzeugte Fitness-Fans auf der ganzen Welt. Entwickelt von Olympiasiegern und Weltmeistern gemeinsam mit den weltbesten Trainern, getestet auf der grössten Sportbühne der Welt: den Olympischen Spielen.
Die Skill Line ist für alle geeignet, die ihre athletischen Fähigkeiten trainieren und ihre Leistung steigern wollen, egal ob Kraft-, Cardio-, Intervall- oder Funktionstraining. Bringen Sie ihre Kunden auf den nächsten Level. Die Gruppentrainingsformate können als Shop-in-Shop-Konzept oder als eigenständige Boutique geführt werden.

Skillbike
Skillbike ist das erste Indoor-Bike mit echter Gangschaltung. Dadurch können sich Fahrer dem wechselnden Widerstand anpassen und somit die korrekte Leistung und Frequenz beibehalten, um maximale Effizienz zu erreichen.
Ob es darum geht, die eigene Leistung zu verbessern, oder in einem Wettkampf der Beste zu sein: Mit den Skillbike Classes kommen alle Teilnehmer auf ihre Kosten.

Konfiguration Race Class: Teilnehmer treten gegeneinander an

Skillrow
Skillrow ist ein vollvernetztes Indoor-Rudergerät, das durch seine sportspezifische Konstruktion und leistungsorientierte Trainingseinheiten sowohl Ausdauer als auch Kraft auf Spitzensportlerniveau verbessert.
Nur wenige bieten bisher Indoor-Rudern als Gruppentraining an, dabei bringt es neuen Schwung in die Clubs und stellt noch dazu ein profitables Geschäftsmodell dar.

Skillrow Class

Skillmill
Skillmill ist das einzige nicht motorisierte Gerät auf dem Markt, das Kraft-, Schnelligkeits-, Ausdauer- und Beweglichkeitstraining vereint. Die MULTIDRIVE Technology macht ein vollständiges Geschwindigkeits-Widerstandsspektrum möglich.
Das Skillmill High Intensity Intervall Training ist optimal für Betreiber von High-Energy-Fitnessstudios, die innovative, leistungsorientierte Programme suchen. Die Teilnehmer trainieren als Team und verbessern dabei alle Energiesysteme des Körpers.

Skillrun

Vordergrund: Skillrun; Hintergrund: Krafttraining mit Freihanteln

Die innovativen Sled-Push, Parachute und Run Against Resistance-Workouts auf Skillrun sorgen für Abwechslung, während dank Biofeedback die Laufleistung, Schrittfrequenz und -Länge optimiert werden, um die Ausdauer zu maximieren.
Mit Skillrun können sowohl klassische Running-Classes als auch Bootcamp-Gruppentrainings durchgeführt werden, bei denen Herzkreislauf- und Krafttraining kombiniert werden.

Skilltools
Die Skilltools unterstützen und verfeinern jede Art von Workout. Von der Beweglichkeits- und Aufwärmphase über das Workout selbst, bis hin zum Cool-Down, sind sie die perfekte Ergänzung für jedes Training und können beliebig kombiniert werden.

SkillAthletic Training
Die All-In-One-Lösung vereinigt Equipment, digitale Inhalte, Programme, Marketing, Design und Methodik. Das vollständig entwickelte Geschäftsmodell trainiert dank einer breiten Palette an Trainingseinheiten die vier Grundpfeiler athletischer Leistung: Geschwindigkeit, Kraft, Ausdauer und Agilität.

Vordergrund: Skilltools; Hintergrund: Skillmill

www.technogym.com

2020 kommt die brandneue Matrix Cardio Generation. Dann heisst es «Make your Choice»

Sie wissen am besten, wie Ihr Geschäft funktioniert. Und deshalb möchten Sie Ihre Investition auch exakt so ausrichten, dass sie Ihrem Bedarf entspricht und zu Ihrer Zielgruppe passt. Die neue Cardio-Generation von Matrix macht Ihnen genau das nun wesentlich leichter. Konfigurieren Sie künftig innerhalb von zwei kompletten Geräteserien Rahmen und Konsole exakt so, wie es zu Ihren Anforderungen passt. Von der innovativen Premium LED Benutzeroberfläche bis zur vernetzen XL Touchscreen-Konsole stehen Ihnen alle Möglichkeiten offen, um Ihre Cardiofläche individuell zu gestalten.
Mit der flexiblen Auswahl an 5 neuen Konsolen können Sie Ihre Fitnesseinrichtung mit einer ganzen Bandbreite an Variation ausstatten. Alle Matrix Modelle der neuesten Generation sind intuitiv in der Bedienung und bieten Ihren Mitgliedern in jeder Version ein durchweg herausragendes Trainingserlebnis. Sie entscheiden — unabhängig von der Gerätebasis — ob Sie sich auf die wesentlichen Trainingsparameter konzentrieren möchten, oder auf unsere leistungsfähigen Connected Solutions mit WiFi-fähigen Konsolen, einschliesslich Personal Trainer Portal, Workout Tracking Network und Asset Management zurückgreifen möchten. Die Performance und Endurance Serien als Basis umfassen die klassischen Matrix Cardio-Modelle vom Laufband über Elliptical Trainer, verschiedene Bikes oder die Climbmills.
Entdecken Sie neue Möglichkeiten, Leistung und Technologie miteinander zu kombinieren und Ihren Mitgliedern individuelle Lösungen anzubieten. Sie haben die Wahl!

Hinweis: Markteinführung voraussichtlich Q4 / 2020
www.matrixfitness.eu

Mit InBody werden Erfolge sichtbar!

Premium Technologie für innovative Gesundheitsexperten

InBody Körperanalysegeräte stehen für validierte Präzision, Schnelligkeit und einfache Bedienung. Seit über 25 Jahren wird InBody in über 70 Ländern im professionellen Bereich erfolgreich eingesetzt. Im deutschsprachigen Raum setzen mittlerweile über 3000 Gesundheitseinrichtungen auf die InBody-Messsysteme. Wie auch Sie mit dem InBody die Neukundengewinnung und Kundenbindung vorantreiben, erfahren Sie in einem persönlichen Gespräch mit Thomas Schütz.

InBody
Erfolge werden sichtbar.

best4health

Exklusiver Vertriebspartner InBody Schweiz:
best4health gmbh, Grindelstr. 12, 8303 Bassersdorf
Tel. +41 44 500 31 80,
mail@best4health.ch,
www.best4health.ch

Hausmesse vom 2.–4. April im Showroom von Concept-M

Sie planen einen neuen Fitnessclub oder möchten gerne umbauen? Sie eröffnen eine neue Physiotherapie- oder Arztpraxis und suchen noch nach der richtigen Einrichtung?
Dann sind Sie bei uns genau richtig. Lassen Sie sich im Showroom von Concept-M inspirieren und erleben Sie Komplettlösungen für Ihr Studio, sowie verschiedene Einrichtungs- und Beleuchtungskonzepte. Spielen Sie zudem mit Materialien für Boden- und Deckenflächen, Möbelfronten und Wandbelägen.

Erleben Sie Einrichtungen wie Spinde und Thekenanlagen, speziell auf den Bereich Fitness- und Freizeit ausgerichtet, inklusive Zutrittskontrollen, verschiedenen Schliesssystemen, Software, Ansteuerung von Komponenten wie Wasserzapfanlagen, Eiweissautomaten, Snackautomaten und Kaffeemaschinen.
Sie sind interessiert? Dann besuchen Sie uns vom 2.—4. April von 10—18 Uhr im Showroom Wuppertal oder vereinbaren Sie einen Alternativtermin mit uns.
Wir freuen uns auf Sie!

Showroom Wuppertal
Wichlinghauser Strasse 47
42277 Wuppertal

Concept-M GmbH & Co. KG
Tel.: +49 (0) 2309 - 78337 - 0
www.concept-m.net
info@concept-m.net

Alles andere als Standard

INOTEC Fitness –
Born in Switzerland
Alle INOTEC Produkte werden von Fitnessenthusiasten und Marktexperten in der Schweiz entwickelt und konzipiert. Unterteilt in 6 Kategorien bietet INOTEC Krafttrainingsgeräte für jeden Einsatzbereich. Die **Natural- und Free Weight** Serie besticht durch ihre perfekte Ergonomie, Langlebigkeit und schlichtes unaufdringliches Design, das in jeder Trainingsumgebung gut aussieht. Mit der **Athletic- und Functional** Serie stehen dem Studiobetreiber Trainingsgeräte für hart trainierende Athleten zur Verfügung, welche jedem Vergleich mit renommierten Herstellern standhalten. Die **Compact und Rehab Line** bestehen aus formschönen Geräten für Einrichtungen, die trotz geringem Platz nicht auf Funktionalität verzichten wollen. Hightech Produktion, jahrzehntelange Erfahrung im Fitnessmarkt und Spass am Training sind die Basis der INOTEC Produkte.

Viele Vorteile für Studiobetreiber
Kleingruppentraining ist derzeit einer der wichtigsten Trends im Fitnessmarkt. Mit dem präventiven Ansatz des **THE HEXAGON®**-Trainings können sie sich als gesundheitsorientierter Studiobetreiber differenzieren. Zusätzlich können sie neue Zielgruppen, die bisher noch nicht im Studio trainieren, erschliessen und Zusatzeinnahmen generieren. Auch bestehende Mitglieder können die Kosten für den zertifizierten Kurs erstattet bekommen.

IndoorCycling 2.0
STAGES ist mittlerweile der einzige IndoorCycling Anbieter welcher sich voll dem Thema Cycling verschrieben hat. Nebst hochpräzisen Wattmessgeräten und ausgeklügelten Computern für den Radfahrer, ist STAGES auf IC-Bikes und komplette IC-Erlebnisse spezialisiert. Genau deshalb setzen Ketten wie SoulCycle, DavidLloyd, VirginActive, FitnessFirst etc. auf Stages und haben die Marke in den USA und England zum Marktführer gemacht.
Bei TUM-Sports sprechen wir von IndoorCycling 2.0, da Stages diverse Faktoren wie Wattmessung und Digitalisierung umsetzt und eine vollkommen neue Begeisterung auslöst, welche nichts mit dem klassischen Training auf IC-Bikes zu tun hat.

Infos: TUM Sports GmbH,
Tel. 026 684 1000,
info@tum-sports.com

Domitner präsentiert die Branchen-Highlights – auch ohne FIBO

Wattbike AtomX – Bring outside inside!

Das Wattbike AtomX Smart Bike verfügt neben dem neuen hochauflösenden Performance-Touchscreen über integrierte Schalthebel direkt am Lenker, mit dem Benutzer nahtlos zwischen 22 Gängen und Watt-Zielen wählen können. Mit dem neuen Bergmodus ändert sich der intelligente Widerstand des AtomX automatisch, um die Steigung der virtuellen Fahrt exakt abzubilden. Daher ist es genauso anstrengend wie «in echt», einen legendären Aufstieg wie z. B. Alp d'Huez zu bewältigen. Der brandneue elektromagnetische Widerstand und das runderneuerte «Real Ride Feel» machen das Training mit dem AtomX zu einem ganz besonderen Erlebnis.

Wattbike Icon – Die Weiterentwicklung eines Pioniers

Das Wattbike Icon verfügt ebenfalls über einen hochauflösenden Touchscreen, der ein umfangreiches Leistungsfeedback für eine vollständig vernetzte Benutzererfahrung bietet. Die direkt im Touchscreen integrierten Workouts, Tests und Trainingspläne ermöglichen eine grosse Bandbreite im Training und helfen Ihnen, neue Mitglieder zu gewinnen. Die patentierten Coaching-Tools Polar View und PES senken zudem Ihre Personalkosten, da kein zusätzliches Personal für die Betreuung eingeteilt werden muss.

Idiag M360

Die Idiag M360 ist ein computergestütztes System zur Wirbelsäulenanalyse und liefert wichtige Informationen für eine gute Trainingsplanung. Sie misst die segmentalen Winkelstellungen und gibt Auskunft über Haltung, Beweglichkeit und muskuläre Stabilisationsfähigkeit der Wirbelsäule. Auf Basis der Messergebnisse erstellt die Software automatisch einen Trainingsplan.

mobee 360° Diagnostik-Plattform

Der mobee® fit analysiert die Beweglichkeit relevanter Muskelgruppen und deckt Defizite und Asymmetrien auf. Dank leicht verständlicher Verlaufskontrolle und individueller Übungsempfehlungen bildet es eine ideale Planungsgrundlage für beweglichkeitsfördernde Massnahmen. Ob im Studio, im Verein oder in der Firma — mobee® fit ist Ihr Assessment-Partner für das Thema Beweglichkeit.

Neben dem mobee® fit kommen bei der 360° Diagnostik-Plattform unter anderem die Idiag M360, der Dr. WOLFF BackCheck und weitere Diagnostikgeräte zum Einsatz.

Bitte kontaktieren Sie uns für weitere Informationen:
Tel. Österreich:
+43-316-271-200
Tel. Schweiz:
+41-44-72-12-000
www.domitner.com

Ein Jahr nach der Fusion – ACISO hat sich im Schweizer Markt behauptet

Oliver Sekula, CEO der ACISO mit Sitz in München und Ariane Egli, die Verantwortliche für die Schweizer Betriebsstätte, ziehen gemeinsam Bilanz:

In seinem Fazit nach einem Jahr Wirkung der ACISO im deutschsprachigen Fitnessraum beschreibt Oliver Sekula sehr gut, dass sich die Zusammenlegung der beiden ehemaligen Firmen, INLINE und Greinwalder und Partner, für die bestehenden Kunden mehr als gelohnt hat. Da INLINE von jeher ihre Stärken in der Unternehmensberatung hatte und Greinwalder und Partner eher marketinglastig und auf Mitgliedergewinn und -erhalt spezialisiert war, können Sie sich selbst ausrechnen, welches geballte Knowhow und welche Mehrwerte seit einem Jahr den Vertragspartnern in der Fitness- und Gesundheitsbranche zur Verfügung stehen.

Nun aber spezifisch zur Schweiz, denn natürlich profitieren hier auch weiterhin die inhabergeführten Fitnessanlagen von diesem Zusammenschluss. Sei es mit dem neu lancierten Kompass-System, welches nicht nur auf den Inhaber abzielt, sondern dem Verantwortlichen hilft, das gesamte Kernteam mit hoher Motivation in die strategischen Prozesse des Unternehmens mit einzubeziehen. Oder die frisch aufgestellte ACISO Academy mit ihrer gelungenen Mischung von Aus- und Weiterbildungen im Trainer- sowie Dienstleistungswissen: Bildungspower pur.

Ariane Egli und ihre Mitarbeiterin Beatrice Eggmann kümmern sich wie bisher mit vollem Einsatz um die inhabergeführten Fitnessanlagen, die Lösungen im Mitgliederzuwachs, im Mitgliedererhalt oder in der besten Darstellung der Ansprache nach Aussen suchen. Sei es mit einer spitzeren Positionierung, um deutlicher zu zeigen, was dieses Fitness-Unternehmen am Besten kann und warum es sich somit vom Mitbewerber abgrenzt oder sei es mit einer umfassenden Analyse der Beitragsstruktur, um vom Markt besser wahrgenommen und vom Konsumenten angenommen zu werden. Die letzte Entscheidung, was tatsächlich in die Umsetzung geht, trifft immer der Inhaber.

Nach 18 Jahren Berufstätigkeit und dem damit zusammenhängenden Erfahrungsschatz von Ariane Egli ist es für jeden Inhaber extrem wertvoll mit ihr zusammen zu arbeiten. Jede Draufsicht auf das eigene Unternehmen durch einen Externen ist wertvoll und hilfreich für den eigenen Fortschritt. Unter anderem deshalb hat auch die ACISO Fitness & Health GmbH die Strukturen beibehalten, dass für die Schweiz weiterhin 3monatige Probe-Projektpakete eingekauft werden können. Noch umfangreicher bzw. gewinnbringender für den Schweizer Unternehmer ist es allerdings, längerfristig vom geballten Knowhow zu profitieren. Sollte Ihnen die Dienstleistung nicht zusprechen, so können sie nach 6 Monaten einfach die Happy Garantie in Anspruch nehmen. Diese besagt, von einer Fortführung der Zusammenarbeit zurückzutreten — was selten geschieht.

Solange ihr Fitnessunternehmen nicht direkt im Gebietsschutz eines bestehenden ACISO Kunden liegt steht einer Zusammenarbeit nichts im Wege. Sie melden sich einfach per Mail bei ariane.egli@aciso.com und sie nimmt sich Zeit, Sie und Ihr Unternehmen kennenzulernen. Am Ende dieses Besuchs finden beide Parteien ganz sicher heraus, ob sich geeignete Erfolgstools im Portfolio von ACISO für die individuellen Bedürfnisse dieser Fitnessanlage befinden.

www.aciso.com

ACISO
Fitness & Health Consulting

gym80 auf neuen Wegen

Seit dem 1. Januar 2020 gibt es die gym80 Schweiz AG. Die Firma hat ihren Sitz in Zürich und wird die Fitnessbranche noch etwas interessanter gestalten. Die gym80 Schweiz AG bringt das erste Mietmodell im Gerätebereich auf den Markt.

Vom ersten Tag vor 40 Jahren an war und ist gym80 die Kultmarke für Anhänger des Krafttrainings. Die Marke ist berühmt für die robuste Haltbarkeit und den biomechanisch optimierten Bewegungsablauf ihrer Produkte, die dem Benutzer ein hocheffizientes und dennoch angenehmes Training ermöglichen.

Christian Billinger, Hanspeter Rubner

Bis heute wird an den Bewegungsabläufen weitergeforscht und es kommen neue oder weiterentwickelte Geräte auf den Markt, welche diese Erkenntnisse wiedergeben. Das klassische Krafttraining wird beispielsweise in der Serie «pure Kraft» mit den neuesten Erkenntnissen über Bewegungsdetails verbunden und umgesetzt. Dabei können Trainingsprinzipien wie etwa abnehmender Widerstand unmittelbar durch die Mechanik des Gerätes realisiert werden.

Bisher war es gängige Branchenpraxis, nicht nur die hochwertigen gym80-Fitness-Geräte mit langer Lebensdauer nach einer gewissen Nutzungsdauer auszusondern. Die Geräte von gym80 werden seit Jahrzehnten in der Branche für ihre Langlebigkeit und den perfekten biomechanischen Bewegungsablauf geschätzt. Unter diesem Aspekt besteht selten ein Erneuerungsbedarf. Doch Forschung und Entwicklung optimieren die Ergonomie und Effizienz der Geräte in immer kürzeren Abständen. Neue und andere Geräte werden vom Markt gefordert.

Ein weiteres Alleinstellungsmerkmal ist der Produktionsstandort in der Mitte Deutschlands mit einer Produktionstiefe von 95 Prozent! Für die Qualität ein deutliches Plus, für die Kosten eher belastend, zeigt der Standort aber gerade angesichts jüngster Entwicklungen einen zusätzlichen Vorteil: gym80 ist nicht von fernen Einkaufsquellen abhängig, sondern bleibt auch in schwierigen Zeiten immer lieferfähig.

Zukünftig wird die gym80 Schweiz AG die Geräte an die Nutzer vermieten und nach Ablauf der vereinbarten Nutzungszeit zurücknehmen. gym80 verwendet als einziger Hersteller als Basismaterial hochwertigen, hochfesten Stahl mit einer Wandstärke von 4 mm, der praktisch unzerstörbar und unbeschränkt haltbar ist.

Um dieses Verfahren in der Schweiz in den Markt zu bringen, wurde eigens die gym80 Schweiz AG gegründet. Als Ansprechpartner und Koordinatoren für die Schweizer Fitnesscenter konnten Hanspeter Rubner und Christian Billinger gewonnen werden. Beide Partner sind seit über 30 Jahren erfolgreich in der Fitnessbranche tätig und werden die Studios in Ihren Entscheidungen unterstützen und beraten.

«Die innovative Technik von gym80 bietet die Möglichkeit, sparsam und schonend mit den Ressourcen umzugehen und ermöglicht damit ein nachhaltiges Wirtschaften», so Hanspeter Rubner. Gemietet werden können alle Geräte aus dem Portfolio der gym80 GmbH für eine Mindestmietdauer von sechs Jahren. Aber auch eine längere Mietlaufzeit ist möglich. «Das Besondere an unserem Konzept besteht darin, dass die Mietdauer flexibel an die Wünsche des Mieters angepasst wird. Innerhalb des vereinbarten Mietzeitraumes kann der Mieter die benutzten Geräte in periodischen Abständen gegen Neuausstattungen austauschen», so Christian Billinger.

www.gym80.ch
hanspeter.rubner@gym80.ch
christian.billinger@gym80.ch

EGYM mit vielen digitalen Innovationen im Frühjahr

Geballte Software-Power für höhere Produktivität

Die brandneue **EGYM Trainer App** informiert den Trainer ab sofort in Echtzeit darüber, was für ihn genau jetzt auf der Trainingsfläche der wichtigste Job ist. Bereits die Startseite zeigt eine priorisierte Aufgabenliste und schafft sofort Produktivitätsvorteile. Aufgabenketten enthalten schon vorhandene Betreuungskonzepte oder lassen sich ganz einfach neu erstellen und steuern so die Kundenerfahrung. Die von den Mitgliedern am häufigsten aufgerufene Trainingsauswertung ist das Bio Age, denn es ist die einfachste Darstellung, um auf einen Blick den eigenen Trainingsfortschritt abzulesen. In der Trainer App sind unter dem Bio Age neben der Maximalkraft ab sofort auch die aktuellen Werte für das Herz-Kreislauf- und das metabolische Alter zusammengefasst und werden fortlaufend automatisch synchronisiert.
Erfolge gemeinsam im Studio feiern und mit den Freunden teilen: Die **EGYM Branded Member App** fördert den Community-Gedanken und damit die Identifikation der Kunden mit ihrem Gym, denn die App erscheint im jeweiligen Studio-Look auf den Smartphones der Mitglieder! Das stärkt die Marke und erhöht den Wert der Mitgliedschaft. Die Branded Member App ist in den Ausführungen Basic und Advanced erhältlich. Sie ist jetzt auch für die Apple Watch verfügbar und besitzt u. a. Anbindungen zu Garmin, Apple Health und Strava.

Erlebt die Welt von EGYM live bei einer unserer kommenden Veranstaltungen. Alle Informationen gibt's hier: sales@egym.de

EGYM

EGYM GmbH, Einsteinstrasse 172, 81677 München
Tel. +49 89 9213105 100, www.egym.com

eGym Schweiz, Zweigniederlassung Baar,
Ruessenstrasse 12, 6340 Baar
franz.baier@partner.egym.com

Fotorealistische 3D-Visualisierung und Tracking der Körpertransformation in einem System: Bodygee

Der neue Standard der 3D-Körperanalyse
3D-Körperscanning vereint Visualisierung mit der nackten Wahrheit: Zahlen und Bilder rund um die Körperzusammensetzung und -transformation. Mit 3D-Kameras erfasst der Scanner Oberflächendaten des Kunden und stellt ein exaktes 3D-Modell dar. Dabei wird die Körperzusammensetzung aus Daten wie Gewicht, Grösse und Körperumfang berechnet. Bodygee-Orbiter ist die platzsparende Drehteller-Variante für Boutique-Clubs, wie z.B. EMS. Die 3D-Scan-Kabine Bodygee-Boxx ist als stationäre Lösung für Fitnessclubs mit höherer Kundenfrequenz geeignet.

Visualisierung der Körperveränderung
Die inneren Werte zählen, aber die Optik überzeugt. Die 3D-Visualisierung zeigt die Körpertransformation als fotorealistischen Vorher-Nachher 3D-Avatar. Mit dem 3D-Scanning wird die Messung für den Kunden zum Erlebnis und die Veränderungen für ihn sichtbar. So kann Bodygee auch als Werkzeug zur Kundengewinnung und -bindung eingesetzt werden.
Bodygee ist bereits heute weltweit die Nr. 1 im EMS-Markt.

BODYGEE

Über BODYGEE
BODYGEE ist ein Body Analytics Unternehmen zur Erfassung, Analyse und 3D-Visualisierung von Körperdaten. Trainierende können ihren Körper in wenigen Minuten scannen, analysieren und als fotorealistischen 3D-Avatar visualisieren lassen, um den Trainingseffekt nachzuvollziehen.

Weitere Informationen: www.bodygee.com
Kontakt: contact@bodygee.com

Myzone startet in DACH

Myzone, eine der marktführenden Technologien im Bereich Herzfrequenz-Messung und Tracking, hat in der DACH-Region eine eigenen Niederlassung gegründet, um Clubbetreibern, Trainern und Mitgliedern im deutschsprachigen Raum die Möglichkeit zu geben, ihr Trainingserlebnis auf ein neues Level zu heben.

Myzone wird bereits in mehr als 7'000 Clubs auf der ganzen Welt eingesetzt und schon über zwei Millionen registrierte Nutzer profitieren von den innovativen Funktionen.
«Myzone erweist sich für Tausende von Betreibern als ein erfolgreiches Instrument zur Gewinnung und Bindung von Mitgliedern. Wir freuen uns, mit der neuen DACH-Division Myzone Europe GmbH mit Sitz in Deutschland den deutschsprachigen Raum direkt unterstützen zu können. Durch den Aufbau eines Teams vor Ort sind wir besser in der Lage, mehr Betreiber direkt beim Ausbau ihrer Geschäfte zu unterstützen, indem sie sich die Spitzentechnologie von Myzone zunutze machen», sagt David Stalker, CEO EMEA /APAC von Myzone.

Hubertus Effinger wurde zum Country Manager berufen, um die Expansion der Technologieplattform in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu leiten. Diplom Sportökonom Effinger verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in den Bereichen Sport, Fitness, Gesundheit und Einzelhandel und war als leitender Manager für globale Unternehmen wie Life Fitness, New Balance, Geox und Clarks tätig.
Zukunftsorientierte Unternehmen der Branche wie David Lloyd und PRIME TIME Fitness integrieren Myzone bereits erfolgreich in ihre Strategie ein, um zukünftiges Wachstum und Entwicklung in Deutschland voranzutreiben. Die Myzone-Technologie, die von einem Clubbetreiber für Clubbetreiber entwickelt wurde, nutzt Echtzeit-Herzfrequenztracking, Smartphone-basierte spielerische Elemente und Social-Media-Mechanismen, um die Leistungen der Nutzer zu messen und diese zu belohnen und somit motivierende Anreize für einen höheren persönlichen Einsatz zu setzen.

myzone®
WEARABLE TECH THAT INCREASES **RETENTION**

Web: www.myzone.org
E-Mail: deutschland@myzone.org

MetaCheck fitness® ab sofort mit exklusiver webbasierter App

Als Marktführer im Bereich der genetischen Stoffwechselanalysen ermöglicht der MetaCheck fitness® Ihren Mitgliedern bereits seit vielen Jahren die Anpassung ihrer Ernährung an ihre individuelle genetische Veranlagung. Das Angebot des MetaChecks wurde nun um eine exklusive webbasierte App — dem MetaCheck-Portal — erweitert. Das neue Portal ist für Smartphones optimiert und kann wie eine App bequem auf dem Handy oder Tablet verwendet werden.

Folgende Funktionen stehen für Ihre Kunden bereit:

- Erstellung von individuellen Ernährungsplänen aus einer stetig wachsenden Rezeptdatenbank
- mehr als 75 Meta-Typ gerechte Rezepte pro Meta-Typ mit Angaben zu enthaltenen Allergenen und Kennzeichnung von veganen und vegetarischen Rezepten
- Rezepte verschiedener Länderküchen (z. B. deutsch, asiatisch, orientalisch)
- Individuelle Tipps für die Meta-Typ gerechte Ernährungsumstellung
- Übersicht der eigenen Daten inkl. der empfohlenen Makronährstoffverteilung in Form von Gramm-Angaben sowie Berechnung und Angabe des optimalen Kalorienbedarfs zum Abnehmen und dem BMI
- Tracking von Körperwerten (Gewicht, Brust-, Bauch- und Hüftumfang)
- Erstellung eines Trinkprotokolls
- Zugriff auf die Meta-Typ gerechte Lebensmittelliste (mit Filterfunktion rot-gelb-grün)
- Erstellung einer Einkaufsliste durch Auswahl von Lebensmitteln in der Lebensmittelliste
- Sportübungen für Ihren Sport-Typen inklusive Empfehlungen für EMS-Training
- Auflistung der Erfolge — inklusive einigen Überraschungen zur Belohnung

www.soledor.ch
www.metacheck-portal.de

STOLUTIONS: Smarte Lösungen für Ihr Fitness- und Gesundheitscenter in der Schweiz

DYNOSTICS ist ein System zur Stoffwechsel- und Leistungsanalyse, welches per Atemgas in wenigen Minuten den aktuellen Stoffwechsel- und Fitnesszustand Ihrer Kunden ermittelt und persönliche Ernährungs- und Trainingsempfehlungen über die DYNOSTICS App gibt.

Dabei ermittelt DYNOSTICS Nutrition den Grund- und Leistungsumsatz mit Kalorienbudget, sowie die Anteile von Kohlenhydraten, Fetten und Eiweissen an der Energiegewinnung. DYNOSTICS Performance als Ergänzung zeigt die VO2max, die IAAS sowie die individuellen Pulsbereiche für ein effizientes Cardio-Training.

Der ZELL CHECK ist ein vielfach bewährtes System zur Bestimmung der Konzentration von Mikronährstoffen und Vitaminen in der Zelle. Mit Hilfe des nobelpreisgekrönten Verfahrens der Spektral-Photometrie werden innert Minuten nicht invasive Zelltests durchgeführt und es wird ein ausführliches Messprotokoll präsentiert. Anhand dessen können unmittelbare, personifizierte Empfehlungen zur Supplementierung abgegeben werden.

Bei FIRST DEGREE FITNESS sind mit der patentierten FLUID POWER ZONE mit 6 Geräten und auf einer Fläche von lediglich 30 qm verschiedene Formen von Kraftausdauer- oder Muskelaufbautrainings für den ganzen Körper möglich. FOREMAN Fitness bietet Center Ausstattungen aller Art von der Hantelscheibe, über Funktional Käfige bis hin zu Garderobeneinrichtungen zum Top Preis/ Leistungsverhältnis.

Bitte wenden Sie sich für eine Beratung gerne an Peter Stolba.
STOLUTIONS GmbH
Parkstrasse 45, 6340 Baar,
office@stolutions.net, 041 763 07 07,
www.stolutions.net

Jeder in der Fitnessbranche spricht nun über Recovery

Jahrzehntelang sind Fitnessfanatiker gerannt, haben crunches gemacht und haben sich ihren Weg zu einem schlankeren Körper und einem Sixpack gepumpt. Aber in den letzten Jahren hat eine Revolution stattgefunden. Wegen der höheren Stresslevel des modernen Lebens, der Entwicklungen in der Trainingswissenschaft kommen diejenigen, die in der Vergangenheit das Thema Recovery gemieden haben, wieder zu sich.
Eine steigende Anzahl an Fitnesscentern und Personal Training Studios kämpft mit dem Überleben. Andere haben jedoch den Trend erkannt und profitieren nun davon.

Es wird eine «Recovery Experience» erwartet
In der heutigen Zeit werden Möglichkeiten für Recovery erwartet. Ein modernes Studio, eine moderne Physiotherapie oder ein Personal Trainer, der mit der Zeit geht, bietet Lösungen für Recovery an, sowohl vor Ort als auch für die Heimanwendung.

Normatec Recovery – Die nächste Generation der Erholung
Normatec Recovery Systems sind hochmoderne Kompressionssysteme in kommerzieller Qualität, welche die natürliche Fähigkeit des Körpers, sich zu erholen, unterstützen. Die Verwendung von Normatec Bein-, Arm- oder Hüftkompressionsaufsätzen verjüngt das Muskelgewebe und reduziert Spannung und Schmerzen.
Bei der Verwendung als Teil eines Regenerations Prozesses tragen die Produkte von Normatec dazu bei, die Genesung zu beschleunigen, die Ergebnisse zu verbessern und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.
Die Normatec Recovery Systems sind einfach zu bedienen und sehr effektiv. Wollen Sie die Wirkung der Normatec Recovery Systems selbst spüren?

Fitagon
passion for movement

Melden Sie sich beim exklusiven Vertriebspartner von Normatec in der Schweiz:
Fitagon GmbH, info@fitagon.ch,
052 202 57 70, www.fitagon.ch

Sta arrivando l'Apocalisse?

Roger A. Gestach

A dire il vero avete tra le mani l'edizione speciale della FIBO — ma appunto, non è proprio così...
Nell'ultimo editoriale attendevamo con impazienza gli eventi in programma in primavera: il Mountain Movedi Arosa, la FIBO con il suo grande congresso e la Giornata FSCFS e BGB.
Ebbene, a causa dell'attuale situazione molti eventi sono già stati annullati o lo saranno in futuro. È un momento difficile per tutti noi, si prefigura una imminente recessione, che potrebbe colpire duramente anche l'industria del fitness.

Pure per una rivista cartacea non è facile reggere agli attuali sviluppi. Ogni giorno, se non ogni ora, siamo bombardati da nuove notizie, di modo che i testi già pronti sono di volta in volta superati. Tra il momento della chiusura di redazione e di andare in stampa e la consegna della FITNESS TRIBUNE nella cassetta della posta trascorrono quasi 10 giorni. Un lungo lasso di tempo, considerate le turbolenze provocate dal coronavirus. Mentre scrivo questo editoriale, i centri fitness nel nostro paese sono chiusi solo in Ticino, mentre negli altri cantoni l'accesso è limitato. Purtroppo, temo che mentre leggete queste righe, anche il vostro centro fitness sarà ormai chiuso.

Quando la nostra squadra ha ricevuto l'articolo del dottor Kai Pauling a metà febbraio, scuotendo la testa speravamo che la situazione non diventasse estrema come da lui descritta. Nel frattempo non siamo ancora giunti a quel punto, tuttavia gli scenari potrebbero concretizzarsi.

Nonostante tutto, la vita va avanti e il mondo continua a girare. Nelle ultime pagine di questo numero troverete numerosi articoli pubbliredazionali degli espositori attesi alla FIBO, che desiderano presentare al pubblico le loro novità. Da qui il mio appello a voi cari lettori: prendetevi il tempo di leggere con calma i testi pubbliredazionali dei nostri clienti, ne ricaverete molte informazioni interessanti.

Come di consueto, abbiamo preparato per voi articoli su temi di grande interesse in questo numero, per esempio il marketing su Instagram, la fidelizzazione dei clienti e un'intervista esclusiva con Tunç Karapalanci, che con la sua catena well come FIT sta prendendo piede nella Svizzera orientale.

Mi auguro che tra due mesi, quando avrete tra le mani la prossima FITNESS TRIBUNE, l'emergenza coronavirus sarà ormai superata.

Rimanete in salute.

Cordialmente,

Roger Gestach

Anzeige

Est-ce que l'apocalypse arrive?

Roger A. Gestach

En fait, vous tenez maintenant dans les mains l'édition spéciale de FIBO — en fait...
Dans le dernier éditorial, nous avions encore écrit combien nous nous réjouissons au sujet des événements de ce printemps: le Mountain Move à Arosa, la FIBO avec le grand congrès FIBO et la journée de la branche du SFGV et du BGB. Eh bien, en raison de la situation actuelle beaucoup d'événements ont été déjà ou seront encore annulés. Cette période est difficile pour nous tous, la récession qui nous menace pourrait bien arriver et toucher la branche de la Fitness de plein fouet.

La situation actuelle est aussi difficile pour un magazine. Chaque jour, en partie à chaque heure, paraissent des nouvelles de sorte que même ce qu'on vient de coucher sur le papier est tout d'un coup passé. Entre le moment où nous terminons d'écrire et allons à l'imprimerie, il s'écoule à peine 10 jours avant que vous ayez votre FITNESS TRIBUNE dans votre boite aux lettres. En ce moment de turbulences dues au Corona, cela représente un long laps de temps. Lorsque j'écrivais cet éditorial, les premiers centres de fitness de Suisse, dans le Tessin, venaient de fermer, et dans les autres cantons leur temps d'ouverture était restreint. Malheureusement, je pense que pendant que vous lisez ce texte, votre centre de fitness a aussi justement fermé.

Lorsque notre équipe a reçu l'article du Dr. Kai Pauling, mi-février, nous souhaitions encore que cela ne devienne pas aussi extrême que l'article le décrivait. Entre temps, nous n'en sommes pas encore là mais cela pourrait tout à fait arriver.

Malgré tout, le monde continue à tourner. Dans la dernière partie de ce numéro, vous trouverez de nombreuses annonces des exposants de la FIBO, car ceux-ci aimeraient malgré tout vous informer au sujet de leurs dernières nouveautés. Je vous demande donc, chers lecteurs et chères lectrices, prenez-vous le temps de bien lire les annonces à nos clients, vous y trouverez beaucoup d'informations intéressantes.

Bien sûr, nous avons préparé pour vous de très intéressants articles spécialisés dans ce numéro, par exemple sur le marketing instagram et la fidélisation de la clientèle, ou une interview exclusive avec Tunç Karapalanci qui appuie sur le champignon avec sa chaine well come FIT en Suisse orientale.

Nous espérons que dans deux mois, quand vous tiendrez la prochaine FITNESS TRIBUNE dans les mains, tout le fantôme Corona sera passé.

Restez en bonne santé!

Bien cordialement vôtre,

Roger Gestach

Annonce

Inserentenverzeichnis – FT Nr. 185

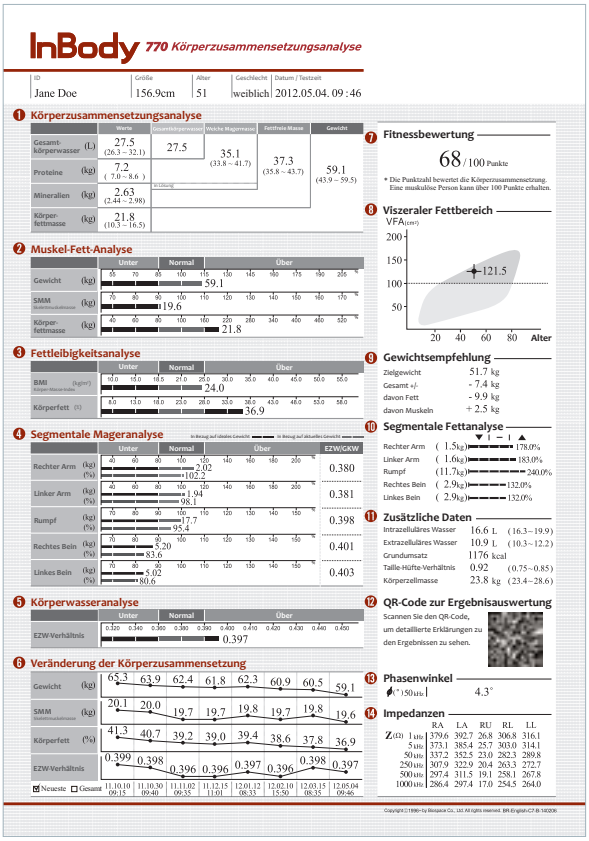
360° Pain Academy	107
ACISO	131
ALL STARS	41
Andreas Bredenkamp Seminare	50
basefit.ch	109, 125
best4health	127
Bodygee	130
BodyStretcher	103
Chiefs	2
Deutsche Sportakademie	74
DHfPG	4, 113
Domitner	14, 15
echino	91
EASYSOLUTION	43
EGYM	45, 50
ENERVIT	129
Fimex Distribution AG	73, 79, 128, 132
Fitagon	5
fit interiors	73
Fit3	36
fitnessplus	124
five	10
fle-xx	50
FREEMOTION	29
Gantner	55
gym80 Schweiz	7
HIMMELBACH	72
Himtec	103
HWS Huber Widemann Schule	75
I Love Fitness	94
InBody	127
Inotec	70
Johnson Health Tech (Schweiz) GmbH	23
LESMILLS	34
Let's Go Fitness	111
Matrix	23
milon	11
Morgenroth Spezialbeläge	5
Myzone	35
NAUTILUS	25
Neogate	55
Octane Fitness	53
OLICROM Sporttechnology	53
ONE Training Center	108
Outrace	128
Porsche Zentrum Zürich	8, 9
proxomed	53
QualiCert	89
ratio	25
reACT	36
RIMINIWELLNESS	71
RKS Kompetenzzentrum	126
SAFS	12, 13, 113
SCHWINN	25
SENSOPRO	17
SFGV	1
Soledor	129
STAGES	3, 34, 77, 95
StairMaster	25
star education	85
STAR TRAC	25
STROOPS	112
Swiss Prävensana Akademie	61
Technogym	132
TecnoBody	53
the fitness company Handels GesmbH	132
THE HEXAGON	70
TRX	5
TUM Sports	3, 29, 34, 70, 77, 95, 97, 112
WIPES	79
WOODWAY	14, 15
YBELL	97

Anzeige

InBody
Erfolge werden sichtbar.

Wow - mit InBody werden Erfolge sichtbar!

Beispiel Testauswertung:



Für innovative Gesundheitsexperten

- **Gesundheitsrisiken erkennen**
- **Muskuläre Dysbalancen feststellen**
- **Viszeralfett bestimmen**
- **Einfache Kundenbindung**
- **Trainingserfolge & Ziele kontrollieren**
- **Körper-Analyse in weniger als 1 Minute!**

best4health

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

Messe & Event-Termine:

Deutschland:

9. bis 10. Oktober 2020
Aufstiegskongress, Mannheim

16. bis 19. November 2020
MEDICA, Düsseldorf

Österreich:

siehe: www.fitness.at

Schweiz:

neuer Termin folgt
Mountain Move Netzwerk, Arosa

neuer Termin folgt
BranchenTag, Bern

29. August 2020
SAFS Convention, Zürich

Internationale Messen:

28. bis 31. Mai 2020
RIMINIWELLNESS, Rimini

1. bis 4. Oktober 2020
FIBO, Köln

Internationale Kongresse:

30. September 2020
EHFA Kongress, Köln

19. bis 22. Oktober 2020
IHRSA Kongress, Berlin

Anzeige

OUTRACE
THE MODULAR GROUP FITNESS EXPERIENCE

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

Schulen & Verbände:

Deutsche Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement University of Applied Sciences
BSA-Akademie Prävention, Fitness, Gesundheit School for Health Management
www.dhfpg-bsa.de

S.A.F.S
www.safs.com

DSSV
www.dssv.de

SFGV
www.sfgv.ch

HWS Huber Widemann Schule
www.hws.ch

SPTV
www.sptv.ch

IG Fitness Schweiz
www.ig-fitness-schweiz.ch

star school for training and recreation
www.star-education.ch

klubschule MIGROS
www.klubschule.ch

Swiss Prävensana Akademie Fachschule für Gesundheitsberufe
www.swisspraevensana.ch

QC QualiCert CERTIFIED QUALITY
www.qualicert.ch

UPDATE akademie
www.update-akademie.ch

ENERVIT

THE PROTEIN DEAL

20g protein

INDULGENCE MADE POSSIBLE.

CHOCO & VANILLA DREAM

CRISPY COOKIE TREAT

COCONUT PARTY

RED FRUIT DELIGHT

NEU!

low sugar
gluten free
palm oil free

20g protein

theproteindeal.com

ENERVIT

THE NATURE DEAL

BIO ORGANIC

NEU!

LET'S MAKE PEOPLE FALL IN LOVE WITH NATURE.

unconventional bar | vegan | gluten free

raw bar | vegan | gluten free

enervit.com

JETZT ERHÄLTLICH IN DER SCHWEIZ BEI

SOLEDOR®

SOLEDOR AG, Grüngenstrasse 19, CH-4416 Bubendorf, Tel.:+41 (0)619268777, Fax.:+41(61)9268778, E-Mail: info@soledor.ch

www.sfgv.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 Tribüne erscheint in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Die Fitness Tribüne 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. 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
Nr. 190, März/April 2021	21.12.2020	11.01.2021	1. Woche Februar 2021
Nr. 191, Mai/Juni 2020	15.02.2021	08.03.2021	4. Woche März 2021

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

VOLL DURCHSTARTEN!

ACISO

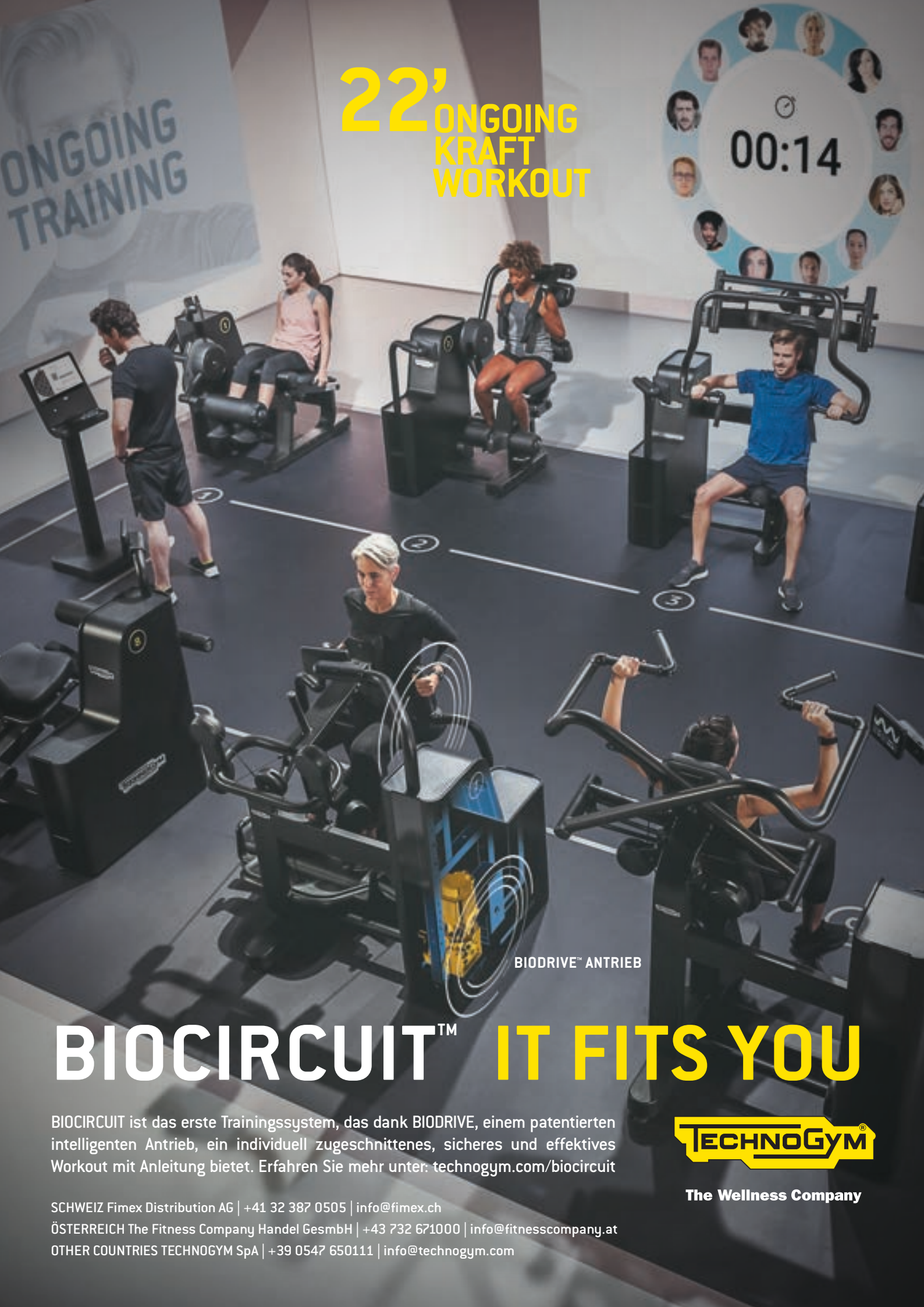
WARNHINWEIS

Gute Beratung kann erfolgreiche Nebenwirkungen haben und Sie zu wahren Höhenflügen bringen!

DEIN A UND O FÜR MEHR ERFOLG

Sichern Sie sich Ihren Schweizer Beratungstermin
bei Ihrer Marketingspezialistin unter
Tel. 043 488 04 90 oder Ariane.Egli@aciso.com

www.aciso.com


22' ONGOING KRAFT WORKOUT
ONGOING TRAINING
00:14
BIODRIVE™ ANTRIEB
BIOCIRCUIT™ IT FITS YOU
BIOCIRCUIT ist das erste Trainingssystem, das dank BIODRIVE, einem patentierten intelligenten Antrieb, ein individuell zugeschnittenes, sicheres und effektives Workout mit Anleitung bietet. Erfahren Sie mehr unter: technogym.com/biocircuit
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