

Warum sich Menschen der Fitnessbranche zuwenden: Teil 2

von Piero Fontana, Semesterarbeit, 8. Semester, 2004, Bewegungs- und Sportwissenschaften, ETH Zürich

Fortsetzung von Ausgabe 1/2006

4. Methoden

4.1 Angebote von ACTIVFITNESS

Zur Überprüfung, ob die Bedürfnisse der Kundschaft von ACTIVFITNESS mit der bestehenden Infrastruktur abgedeckt werden können, ist es von Nutzen, das Trainingsangebot der Center kurz zu skizzieren.

- Alle Center verfügen über moderne und gut gewartete Krafttrainingsmaschinen.
- Alle Center verfügen über einen Stretching-Bereich.
- Viele Center verfügen über «freie Gewichte und Kabelzüge». In naher Zukunft werden auch die restlichen Center damit ausgestattet.
- 8 von 9 Centers haben einen Group-Fitness-Bereich.
- Alle Center sind mit Ausdauergeräten ausgestattet.
- Hilfsmittel wie «Aerosteps», «Swissballs» oder «Wobble boards» sind in allen Centers im Kraftbereich und zum Teil im Group-Fitness-Bereich vorhanden.
- Die Kraftinstructoren verfügen alle über eine Grundausbildung.
- Die Group-Fitness-Instructoren und -Instructorinnen verfügen über Grundausbildungen. Viele davon sind ausgebildete Gymnastiklehrerinnen.

4.2 Fragebogen

Um herauszufinden, aus welchen Gründen die Kunden von ACTIVFITNESS trainieren und welche Angebote wahrgenommen werden, habe ich einen einfachen und kurzen Fragebogen an rund 300 Mitglieder ausgeteilt. Ich habe darauf geachtet, dass die Gesamtheit der befragten Kunden bezüglich ihrer Alterstruktur für alle ACTIVFITNESS-Mitglieder repräsentativ ist.

Die Teilnehmer an der Befragung wurden dazu angehalten, bei den Fragen 3 und 4 ihre Auswahl wenn möglich zu gewichten. Wurde das nicht gemacht, teilte ich der Gesamtfrage 5 Punkte zu und verteilte diese dann auf die einzelnen Kriterien.

5. Resultate

5.1 Auswertungsmethoden

Die Auswertung der Fragebögen wurde mit dem Programm «Excel» von Microsoft, Version XP, durchgeführt.

ETH

Eidgenössische Technische Hochschule Zürich
Swiss Federal Institute of Technology Zürich

Im Rahmen einer Semesterarbeit der ETH Zürich führen wir eine Umfrage durch. Wir möchten herausfinden, aus welchen Gründen in Abhängigkeit von Alter und Geschlecht die Mitglieder von ACTIVFITNESS trainieren. Die Daten werden streng vertraulich behandelt.

Ihr Geschlecht?

m
 w

Ihre Altersgruppe?

15-20
 20-30
 30-40
 40-50
 50-60
 60+

An welchen Angeboten sind Sie interessiert?

Group-Fitness mit Choreographie (z.B. Mixed Impact, Fatburner)
 Group Fitness mit Gymnastik / Kräftigung (z.B. Bodytoning, Power Yoga)
 Ausdauer
 Krafttraining
 Sauna, Dampfbad, Solarium (Wellness)

Aus welchen Gründen wollen Sie bei ACTIVFITNESS trainieren?

Allgemeine Fitness
 Leistung verbessern in eigener Sportart
 Beschwerden mindern
 Empfehlung/Anordnung Arzt oder Therapeut
 Neue Freizeitbeschäftigung
 Erhaltung der Gesundheit / Altersvorsorge
 Aussehen (Muskelaufbau, Gewichtsabnahme)

Vielen Dank für Ihre Mithilfe. Wir wünschen Ihnen weiterhin viel Spass und Erfolg beim Training.

Piero Fontana



Abb. 1: Fragebogen

5.2 Resultate der Befragung

Die Bewertung wurde so vorgenommen, dass die Kundschaft ihre drei wichtigsten Gründe für Krafttraining und ihr Interesse am Angebot des Fitnesscenters auf einem Fragebogen mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten angeben musste. Wenn möglich sollten sie ihre Auswahl zudem gewichten bzw. rangieren.

Durch die Angabe der drei wichtigsten Gründe sowie der drei Hauptinteressen am Angebot des Fitnesscenters konnten den Antworten Punkte zugeteilt werden:

- Wichtigstes Kriterium: 3 Punkte
- Zweitwichtigstes Kriterium: 2 Punkte
- Drittwichtigstes Kriterium: 1 Punkt

Dadurch konnte das Interesse der Kundschaft durch den prozentualen Anteil der jeweiligen Punktzahlen am Gesamttotal entnommen werden.

5.3 Gründe für ein Fitnessstraining

Männer

- Das Aussehen als Grund für ein Krafttraining nimmt vor allem bei der jungen Kundschaft einen sehr grossen Stellenwert ein und belegt daher auch bei den «Männern 15» (15- bis 20-Jährige) den Spitzenwert mit 37%. Bei den «Männern 20» (21- bis 30-jährige Kundschaft) nimmt es bis auf 23% ab und bleibt dann relativ konstant, bis es bei den «Männern 50» und «Männern 60» zu einer weiteren Abnahme kommt.
- Fitness allgemein als Grund nimmt von 20% bei den jüngeren Teilnehmern, auf 30% bei den Männern ab 30 zu und bleibt danach konstant bei diesem Wert.
- Kontinuierlich im Steigen begriffen ist die Gesundheitserhaltung. Währenddem sie bei den «Männern 15» einen Anteil von 17% erreicht, steigt sie bei den älteren Kunden an und ist bei den «Männern 60» der wichtigste Grund für Krafttraining mit einem Anteil von 40%.
- Training im Fitnesscenter als ergänzendes, leistungsunterstützendes Training, spezifisch auf die eigene Sportart ausgerichtet, wird vor allem von der Altersgruppe «Männer 20» betrieben (22%). Bei allen anderen Altersgruppen bewegt sich der Anteil um die 10%, bei den beiden älteren Gruppen liegt er sogar noch etwas tiefer.
- Beschwerden als Grund für ein Training im Fitnesscenter haben bei der jüngeren Kundschaft einen sehr tiefen Stellenwert (5%) Dieser nimmt jedoch von der Gruppe «Männer 40» zur Gruppe «Männer 50» sprunghaft auf 14% zu. Bei den «Männern 60» wird bei dieser Graphik wieder ein Rückgang beobachtet.
- Die beiden anderen Gründe «Freizeitbeschäftigung» und «Krafttraining auf Empfehlung» werden durchwegs nur selten genannt und bewegen sich daher auch nur zwischen der 0- und 5%-Marke.

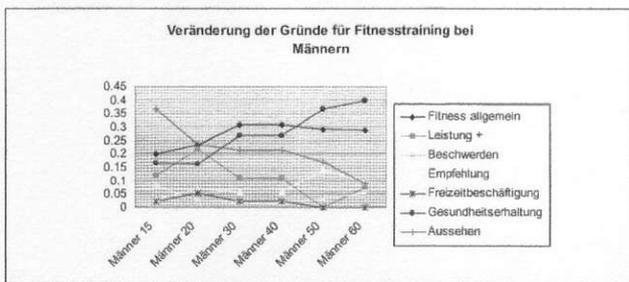


Abb. 2: Veränderung der Gründe bei Männern in Prozent, verteilt auf die verschiedenen Altersgruppen

Frauen

- «Fitness allgemein» als Grund für den Besuch der Center verläuft sehr konstant durch die Gruppen hindurch (35%). Erst bei den beiden ältesten Altersgruppen kommt es zu einer Abnahme.
- Aussehen wird vor allem von jüngeren Frauen als Grund für das Training im Fitnesscenter angegeben. Die Wichtigkeit dieses Aspekts nimmt mit dem Alter kontinuierlich von 30% (Frauen 15, 20, 30) auf 5% (Frauen 60) ab.
- In einer kontinuierlichen Steigung begriffen ist, wie bei den Männern, der Grund «Gesundheitserhaltung». Währenddem bei den «Frauen 15» dieser Aspekt nur 10% ausmacht, steigt dieser auf 31% (Frauen 40 bis 60) an.
- Training im Fitnesscenter zur Beschwerdenminderung nimmt noch stärker als die Gesundheitserhaltung zu. Hier erfolgt ein sehr starker Anstieg von 5% bei den «Frauen 15» auf 41% bei den «Frauen 60». Bei den Männern der letztgenannten Altersgruppe beträgt der Anteil lediglich 14%.
- Der Aspekt der Freizeitbeschäftigung spielt vor allem bei jungen Frauen eine nicht zu unterschätzende Rolle (14%). Dieser Grund verschwindet bei den Altersgruppen 50 und 60 jedoch vollends.
- Ebenso ist leistungsunterstützendes Training im Fitnesscenter bei Frauen nicht sehr stark vertreten. Dieses pendelt sich bei 5% bei den jüngeren Altersgruppen ein und nimmt bei den älteren Altersgruppen wieder ab.
- Training im Fitnesscenter auf Empfehlung verharret auf einem recht niedrigen Niveau und nimmt mit zunehmendem Alter leicht zu.

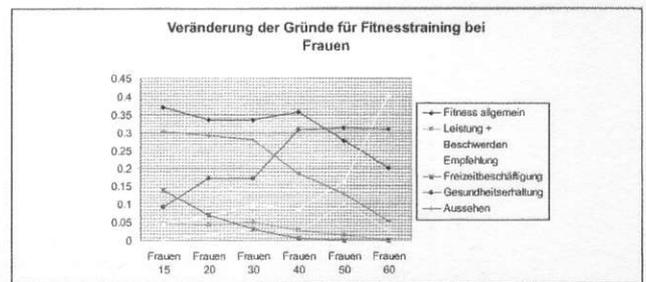


Abb. 3: Veränderung der Gründe bei Frauen in Prozent, verteilt auf die verschiedenen Altersgruppen

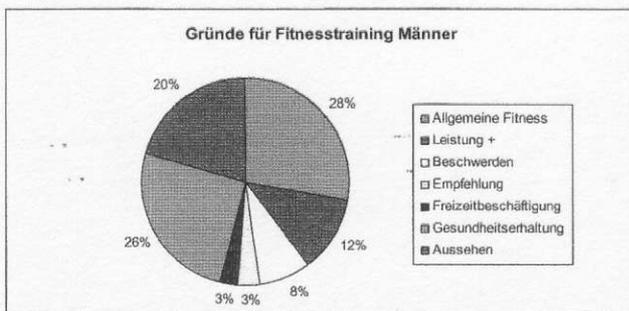


Abb. 4: Gesamtübersicht Gründe Männer

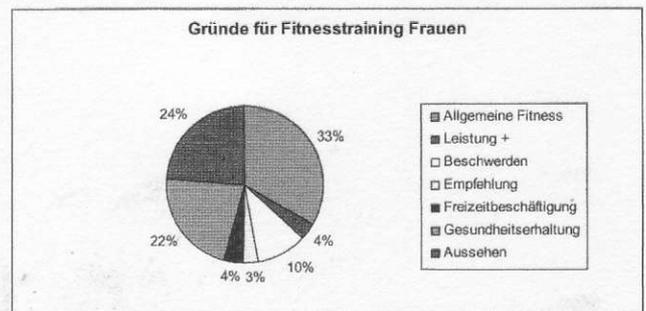


Abb. 5: Gesamtübersicht Gründe Frauen

5.4 Angebotsinteresse

Männer

Bei den Männern lassen sich klar zwei bevorzugte Trainingsarten herauslesen. Während jüngere Männer am meisten Interesse am Krafttraining zeigen und gleichzeitig das Ausdauertraining an Ergometern als zweitwichtigstes Angebot angeben, sieht es bei den älteren Männern genau umgekehrt aus. Als dritt wichtigster Teil des Angebots ist der Wellnessbereich zu nennen. Vor allem die «Männer 60» zeigen ein grosses Interesse an Sauna und Dampfbad. Group-Fitness-Kurse schätzen alle Männer als eher unwichtig ein.

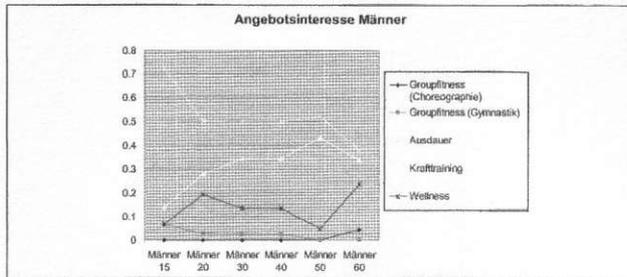


Abb. 6: Angebotsinteresse Männer in Prozent, verteilt auf die verschiedenen Altergruppen

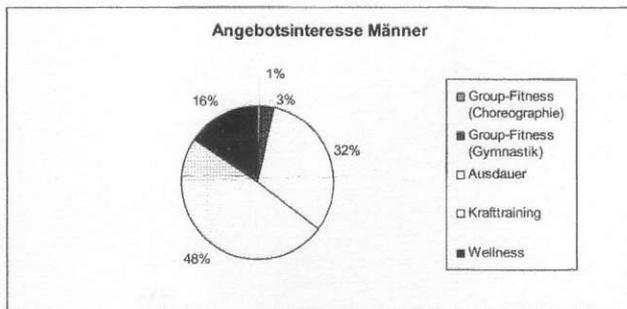


Abb. 8: Gesamtübersicht Interesse Männer

Frauen

Auch die Kundinnen schätzen Ausdauer- und Kraftangebot am meisten. Im Gegensatz zu den Männern nimmt das Krafttraining bei den «Frauen 60» einen hohen Stellenwert ein. Gymnastikkurse sind vor allem für Frauen ab 30 interessant, während Choreografie und Wellness die zwei letzten Plätze belegen.

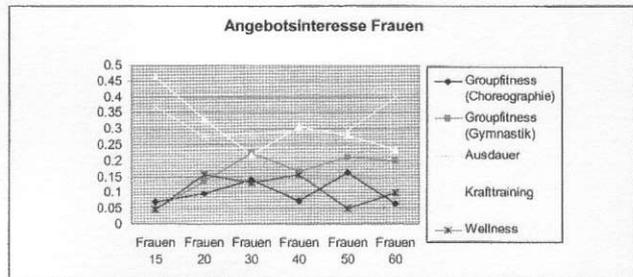


Abb. 7: Angebotsinteresse Frauen in Prozent, verteilt auf die verschiedenen Altergruppen

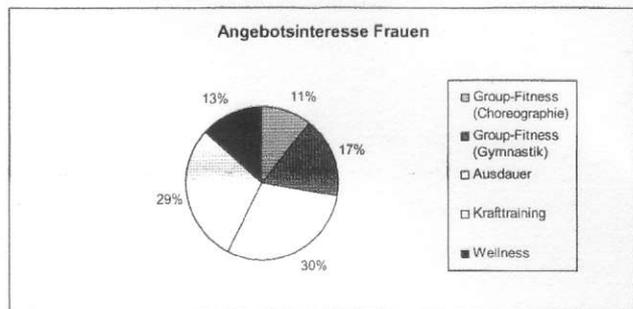


Abb. 9: Gesamtübersicht Interesse Frauen

6. Diskussion und Schlussfolgerung

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Resultate meine Erwartungen stark unterstützen. Als einzige Überraschungen sind die Interessenzunahme der älteren Frauen am Krafttraining, der eher tiefe Stellenwert der choreografisch aufgebaut-

ten Group-Fitness-Stunden bei den Frauen und die Abnahme bei den «Männern 60» (Fitness zur Beschwerdenminderung) zu nennen.