

**MEINUNGSBAROMETER.INFO**

DAS FACHDEBATTENPORTAL

# DOKUMENTATION

## FACHDEBATTE

### DIGITAL MACHT FIT

Die digitalen Trends in der Fitness-Branche

Die Dokumentation beinhaltet alle Positionen, ausführliche Analysen und Prognosen zu dieser Fachdebatte sowie eine übersichtliche Management Summary.

Debattenlaufzeit: 05.04.2024 - 04.11.2024

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>DEBATTENBESCHREIBUNG</b>	<b>4</b>
<b>AKTIVE DEBATTENTEILNEHMER</b>	<b>5</b>
<b>MANAGEMENT SUMMARY</b>	<b>7</b>
<b>DEBATTENBEITRÄGE</b>	<b>11</b>
<b>ÜBER INDIVIDUELLE TRAININGSPLÄNE UND QUALIFIZIERTE FITNESSTRAINER</b>	<b>11</b>
<b>Warum sich die Fitness-Branche weiter professionalisieren wird</b>	
PROF. DR. TOBIAS GIEGERICH Professor für Fitnesswissenschaft   EHiP - Europäische Hochschule für Innovation und Perspektive	
<b>WIE DIGITALE ANGEBOTE DIE FITNESS- UND GESUNDHEITSBRANCHE STÄRKEN</b>	<b>15</b>
<b>Und welche Macht Influencer haben</b>	
CHRISTIAN HÖRL Branchensprecher, Fachverband Freizeit- und Sportbetriebe   Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ)	
<b>APPS ALS GROSSE CHANCE FÜR GESUNDES LEBEN</b>	<b>19</b>
<b>Wie die Fitness-Branche die digitale Transformation meistert</b>	
THORSTEN REBEK Geschäftsführer   Deutscher Industrieverband für Fitness und Gesundheit e. V. (DIFG)	
<b>FITNESS-EXPERTE ERWARTET BOOM DURCH DEMOGRAFISCHEN WANDEL</b>	<b>23</b>
<b>Und welche Trends die Fitness-Branche noch umtreibt</b>	
STEPHAN MÜLLER 1. Vorsitzender   Bundesverband Personal Training (BPT) e.V.	
<b>NEUE TECHNOLOGIEN IN DER FITNESS-BRANCHE</b>	<b>25</b>
<b>"Wir tauchen jetzt erst in den Mainstream ein"</b>	
VALERIE BURES-BÖNSTRÖM CEO   Pixformance Sports GmbH	

**ÜBER DIE AMBIVALENTE ROLLE VON INFLUENCERN FÜR DIE  
GESUNDHEIT** **29**

**Und welche anderen Trends es auf dem Fitnessmarkt gibt**

PROF. DR. MICHAEL TIEMANN

Professor für Sport- und Gesundheitswissenschaften | SRH Hochschule für Gesundheit

**FITNESS-APPS UND TRAININGSPLÄNE VERÄNDERN BRANCHE  
FUNDAMENTAL** **33**

**Warum digitale Tools Fachpersonal nicht ersetzen dürfen**

JOHANNES WALTER

Gründer & CEO | Sore Health Club, Hamburg

**IMPRESSUM** **38**

## DEBATTENBESCHREIBUNG



### INITIATOR

**UWE SCHIMUNEK**

Freier Journalist

Meinungsbarometer.info

## DIGITAL MACHT FIT

### Die digitalen Trends in der Fitness-Branche

Die Fitness-Branche hat sich nach aktuellen Untersuchungen wie der aktuellen Deloitte-Studie „Der deutsche Fitnessmarkt“ vom Einbruch in der Pandemie-Zeit erholt. Doch die Branche ist im Wandel. Mehr Menschen halten sich fit – und die fragen hybride Angebote vermehrt nach. Fitness-Apps für das Smartphone erleben geradezu einen Boom.

In unserer Fachdebatte erklären die Experten die Chancen und Herausforderungen für die Branche. Sie zeigen, wo sie sich wandelt und wo sie sich wandeln muss – gerade mit Blick auf die digitale Transformation.

Dabei nehmen sie auch allgemeine gesellschaftliche Trends in den Blick und erklären, wie etwa soziale Medien und Influencer den Markt beeinflussen. Oder welche Auswirkungen der demografische Wandel hat, durch den immer mehr ältere Menschen die genau für sie passenden Fitness-Angebote brauchen.

## AKTIVE DEBATTENTEILNEHMER



### VALERIE BURES-BÖNSTRÖM

CEO

Pixformance Sports GmbH

---



### PROF. DR. TOBIAS GIEGERICH

Professor für Fitnesswissenschaft

EHiP - Europäische Hochschule für Innovation und Perspektive

---



### CHRISTIAN HÖRL

Branchensprecher, Fachverband Freizeit- und Sportbetriebe

Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ)

---



### STEPHAN MÜLLER

1. Vorsitzender

Bundesverband Personal Training (BPT) e.V.

---



### THORSTEN REBEK

Geschäftsführer

Deutscher Industrieverband für Fitness und Gesundheit e. V. (DIFG)

---



**PROF. DR. MICHAEL TIEMANN**

Professor für Sport- und Gesundheitswissenschaften  
SRH Hochschule für Gesundheit

---



**JOHANNES WALTER**

Gründer & CEO  
Sore Health Club, Hamburg

---

## MANAGEMENT SUMMARY

04.11.2024 | SUMMARY

### FIT WERDEN MIT APPS, INFLUENCERN UND PROFIS

#### Die Fitness-Branche in der Transformation



Uwe Schimunek - Redakteur, Meinungsbarometer.info [Quelle: Meinungsbarometer.info]

Nichts ist so analog wie der menschliche Körper. Doch wenn es darum geht, denselben fit zu halten, ist vieles im Wandel - die professionelle Fitness-Branche transformiert sich, im Privaten boomen Fitness-Apps für's Smartphone. Prof. Dr. Tobias Giegerich von der EHiP (Europäische Hochschule für Innovation und Perspektive) verweist in unserer Fachdebatte darauf, dass die Fitnessbranche immer wieder einen Wandel durchlaufen und sich fortwährend an die gesellschaftlichen und technologischen Veränderungen angepasst hat. „Die aktuell vermehrte Nachfrage nach und das Bestehen von hybriden Trainingsangeboten spiegeln dabei zum einen den Wunsch der Trainierenden nach mehr Flexibilität, zum anderen aber auch die neuen technischen Möglichkeiten wider, die sich durch die fortschreitende Digitalisierung, auch für die Fitnessbranche, ergeben haben.“ Durch die Kombination aus Online-Angeboten und traditionellem Studio-Training bekommen die Menschen aus seiner Sicht eine

größere Flexibilität und Zugänglichkeit zum Training, können sowohl zu Hause als auch im Fitnessstudio individuelle Trainingspläne abarbeiten und sind dadurch ein Stück weit nicht mehr zwingend an eine bestimmte Örtlichkeit oder einen festen Zeitplan gebunden.

Thorsten Rebek vom Deutschen Industrieverband für Fitness und Gesundheit sieht bei den Studios eine Verschiebung in Richtung ganzheitlicher Gesundheitsanbieter. Die Industrie stelle den Betreibern die hierfür nötigen Konzepte und Lösungen zur Verfügung. „Der Fokus liegt hierbei auf neuen Technologien wie KI, die bereits in Trainingsgeräten zum Einsatz kommen und einen hybriden Trainingsansatz unterstützen.“ Die Branche richte ihr Handeln dahingehend aus, für die Gesellschaft Angebote zu schaffen, die sie gesünder und fitter machen. Gerade die Verbreitung von Apps stelle eine große Chance dar, um mehr Menschen zu erreichen und zu einem gesundheitsorientierten Training und Lebensweise zu motivieren.

Johannes Walter Gründer & CEO beim Sore Health Club in Hamburg sieht in der Unterstützung durch Fitness-Apps ebenfalls ein großes Plus. Die können aus seiner Sicht den administrativen Aufwand senken und die Motivation sowohl bei den Trainern als auch bei den Kunden erhöhen. Er verweist auf eine Studie des Journal of Medical Internet Research, nach der die Kombination aus digitalem Feedback und regelmäßiger physischer Betreuung zu besseren Trainingsergebnissen und höherer Zufriedenheit führt. Allerdings sieht er auch Herausforderungen. „Es besteht die Gefahr, dass das Training ohne ausreichende Korrekturen erfolgt, was zu Verletzungen führen kann, die bei einer adäquaten persönlichen Betreuung vermieden werden könnten. Deshalb ist es wichtig, dass digitale Tools Fachpersonal nicht ersetzen, sondern ergänzen, um sicherzustellen, dass die Kunden korrekt und sicher trainieren.“

Stephan Müller vom Bundesverband Personal Training nimmt etwa den demografischen Wandel in den Blick. Der bringt aus Sicht einen absoluten Boom für die Branche. „Vor allem ältere Menschen wünschen sich, dass sich jemand persönlich um sie kümmert. Die Jüngeren schauen sich eher einfach ein Youtube-Video an – bei den



Älteren merken wir, dass sie das Persönliche sehr schätzen. Dafür sind sie auch bereit etwas zu bezahlen.“

Einen Blick auf soziale Medien wie YouTube, Instagram und TikTok sowie Influencerinnen und Influencer wirft Prof. Dr. Michael Tiemann von der SRH Hochschule für Gesundheit. Wegen ihrer hohen Reichweite haben diese einen offensichtlichen Einfluss auf den Fitness-Markt. Auf die allgemeine Gesundheit, die sogenannte Public Health, ist der Einfluss aber aus seiner Sicht eher gering und ambivalent. Man wisse wir aus der Verhaltenspsychologie, dass Personen ein Modell bzw. Vorbild für andere Menschen darstellen, wenn sie Ähnlichkeiten im Hinblick auf wichtige Merkmale wie Alter, Geschlecht, Gesundheitszustand und körperliche Fitness aufweisen. Junge, schlanke, gut trainierte Influencerinnen und Influencer könnten also ein Modell für ähnliche, bereits aktive Personen sein, aber kaum für die vielen inaktiven, untrainierten und gesundheitlich belasteten Menschen sein. Zum anderen verweist er auf Studien und Publikationen unter anderem über mangelnde Qualität, fehlende Qualitätskontrollen, Fehlinformationen sowie unzureichende Individualisierungen der präsentierten Inhalte. „Möglichen positiven Effekten für bestimmte Zielgruppen stehen damit potenzielle Gesundheitsgefährdungen durch unreflektiertes Nachahmen unsachgemäßer Übungen und Empfehlungen gegenüber.“

Valerie Bures-Bönström von der Pixformance Sports GmbH blickt auf den Trend in den USA. Der zeige, dass auch hier in Deutschland das Thema der ganzheitlichen Gesundheit viel stärker in den Vordergrund rücken werde und müsse. „Das liegt letztendlich daran, dass Fitness immer noch getrieben wird von der Motivation, sich in seinem Körper wohlfühlen und auch abzunehmen.“ Gerade das Gewicht hänge aber nicht allein vom Sport ab, sondern etwa auch von der Ernährung und der mentalen Gesundheit. Deswegen sieht sie die neuesten Trends ganzheitlicher. „Das wird auch die technologische Entwicklung prägen. Um genau diese holistische Sichtweise wird es zunehmend im Fitnessbereich gehen.“

Aus Österreich berichtet Christian Hörl vom Fachverband Freizeit- und Sportbetriebe

Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) von spürbaren Erholungseffekte in der Fitness- und Gesundheitsbranche. Es zeige sich eindeutig, dass das Gesundheitsbewusstsein in der Gesellschaft über die letzten Jahre gestiegen ist und auch zukünftig weiter steigt. „Die Bedeutung von digitalen Trainingsangeboten für Studiobetreiber hat während der Corona-Pandemie und insbesondere in den Schließungszeiträumen zugenommen. In den letzten zwei Jahren jedoch hat dieser Bereich deutlich an Relevanz verloren.“ Fitnessanlagen haben nach seinen Erfahrungen vielfach digitale Trainings- und Zusatzangebote im Dienstleistungsportfolio etabliert, die aber vor allem eine Ergänzung darstellen. Das Training in der Fitnessanlage ersetzen sie für Hörl aber nicht.

## DEBATTENBEITRAG

22.04.2024 | INTERVIEW

### ÜBER INDIVIDUELLE TRAININGSPLÄNE UND QUALIFIZIERTE FITNESSSTRAINER

Warum sich die Fitness-Branche weiter professionalisieren wird



Prof. Dr. Tobias Giegerich - Professor für Fitnesswissenschaft, EHiP - Europäische Hochschule für Innovation und Perspektive [Quelle: EHiP]

"Historisch betrachtet hat die Fitnessbranche immer wieder einen Wandel durchlaufen und sich fortwährend an die gesellschaftlichen und technologischen Veränderungen angepasst", konstatiert der Münchner Fitnesswissenschaftler Prof. Dr. Tobias Giegerich. Aktuell sieht er eine ganze Reihe von wichtigen Trends.

---

**Die Fitness-Branche ist im Wandel - mehr Menschen halten sich fit, hybride Angebote werden vermehrt nachgefragt. Welche Chancen und Herausforderungen sehen Sie grundsätzlich für die Branche?**

Historisch betrachtet hat die Fitnessbranche immer wieder einen Wandel durchlau-

fen und sich fortwährend an die gesellschaftlichen und technologischen Veränderungen angepasst. Die aktuell vermehrte Nachfrage nach und das Bestehen von hybriden Trainingsangeboten spiegeln dabei zum einen den Wunsch der Trainierenden nach mehr Flexibilität, zum anderen aber auch die neuen technischen Möglichkeiten wider, die sich durch die fortschreitende Digitalisierung, auch für die Fitnessbranche, ergeben haben.

So ermöglicht die Kombination aus Online-Angeboten und traditionellem Studio-Training den Mitgliedern eine größere Flexibilität und Zugänglichkeit zum Training. Kunden können personalisierte Trainingspläne erhalten, die sie sowohl zu Hause als auch im Fitnessstudio durchführen können. Das Fitnesstraining, egal ob individuelles Krafttraining oder die Teilnahme an einem Kursangebot, ist dadurch ein Stück weit nicht mehr zwingend an eine bestimmte Örtlichkeit oder einen festen Zeitplan gebunden, sondern kann von den Mitgliedern flexibel in den eigenen Alltag integriert werden. Fitnessanbieter können dadurch ihren Mitgliederservice verbessern und so ihre Attraktivität steigern. Durch hybride Angebote besteht zudem die Möglichkeit, einen größeren Kreis an Interessenten und damit potentiellen Neumitgliedern anzusprechen.

Allerdings besteht durch die hybriden Angebote m.E. auch die Gefahr, die persönliche Bindung der Mitglieder an das Fitnessstudio zu verlieren. Dieser Umstand könnte sich langfristig negativ auf die Kündigungszahlen auswirken. Daher sollten Studios über Lösungen nachdenken, wie trotz einer vermehrten Nachfrage nach Online-Angeboten die persönliche Kundenbindung aufrechterhalten werden kann.

Zusammengefasst betrachtet, bieten hybride Angebote der Fitnessbranche aber die Chance, Fitnesstraining näher an den Kunden heranzutragen, das Training flexibler zu gestalten und dadurch die Attraktivität der Fitnessbranche und die Mitgliederzahlen weiter zu steigern.

## **Fitness-Apps erleben geradezu einen Boom. Wie kann das die Branche verändern?**

Der aktuelle Boom der Fitness-Apps, also Apps, mit denen der eigene körperliche Gesundheits- und Leistungsstatus überwacht werden kann, zeigt, dass das Bewusstsein für die eigene Gesundheit und die körperliche Leistungsfähigkeit sowie die Verbesserung dieser in der Gesellschaft weiter zu nimmt.

Fitness-Apps können insofern Einfluss auf die Fitnessbranche nehmen, in dem sie neben der Steigerung der Motivation der Trainierenden eine weitere Individualisierung und Überwachung des Trainingsplans und -erfolgs ermöglichen. Das Training kann dadurch zielgerichteter gestaltet und Trainingsziele besser erreicht werden. Voraussetzung dafür ist aber, dass die mit den Fitness-Apps gewonnen Daten bei der Trainingsplanerstellung berücksichtigt bzw. mit einem eventuell bestehenden hybriden Trainingsangebot verknüpft werden. Meines Erachtens sollte die Erstellung eines individuellen Trainingsplans dann aber immer noch durch einen qualifizierten Fitness-trainer erfolgen. Die Qualität der Trainingspläne und -angebote in der Fitnessbranche kann durch die Verwendung von Fitness-Apps aber grundsätzlich verbessert werden.

## **Wie beeinflussen soziale Medien und Influencer den Markt?**

Fast jeder nutzt heutzutage auf irgendeine Art und Weise beinahe täglich die sozialen Medien. Fitness und Gesundheit sind in den unterschiedlichen sozialen Netzwerken, vor allem bei den jüngeren Menschen, zwei beliebte Themen. So haben Influencer aus dem Fitnessbereich teilweise eine Abonnentenzahl im Millionenbereich. Aufgrund ihres Auftretens und ihrer persönlichen Fitness besitzen Fitness-Influencer und ihr Handeln eine gewisse Vorbildfunktion bei den Nutzern. Viele Follower vertrauen daher im Alltag den (Trainings-)Tipps und Ratschlägen der Influencer zu verschiedenen Themen. Durch die große Anzahl an Abonnenten wird mit einem Post zu einem bestimmten Thema auch schnell eine große Anzahl an Menschen erreicht. So können verschiedene Trends in kurzer Zeit an großer Reichweite bei den fitnessinteressierten Followern gewinnen und dadurch auch Einfluss auf den Fitnessmarkt nehmen. Allerdings verfügen nicht alle Fitness-Influencer über eine solide fachliche Qualifikation

aus dem Sport- und Fitnessbereich. Auch basieren viele Empfehlung häufig nur auf persönlichen Erfahrungen und sind trainingswissenschaftlich nicht belegt.

Es sei an dieser Stelle noch erwähnt, dass Fitness-Influencer keinesfalls ein Phänomen unserer Zeit sind. Bereits während der Fitnesswelle gegen Anfang des 20. Jahrhunderts gab es prominente Persönlichkeiten, die durch Ihr Auftreten und ihre Ratschläge die allgemeine Sicht auf Fitnesstraining beeinflusst haben.

### **Welche Auswirkungen erwarten Sie durch den demografischen Wandel auf die Branche?**

Trotz des demographischen Wandels wird es natürlich in Zukunft auch ein breitgefächertes und ansprechendes Trainingsangebot für jüngere Menschen geben. Allerdings gehe ich davon aus, dass die Fitnessanbieter sich zukünftig auch mehr an den Bedürfnissen der älteren Interessenten und Mitglieder orientieren werden, um auch für diese attraktiv zu sein. Bei diesem Personenkreis stehen weniger die ästhetischen Aspekte im Vordergrund, sondern eher die gesundheitlichen. Durch einen höheren Anteil an älteren Mitgliedern wird auch die Anzahl der Menschen, die mit einer Vorerkrankung ein Fitnesstraining absolvieren, zunehmen. Um diese Trainierenden adäquat zu betreuen, bedarf es vor allem qualifizierter Fitnesstrainer. Ich hoffe, dass dieser Bedarf an qualifiziertem Personal die Betreuungsqualität in der Fitnesspraxis generell weiter steigern wird und einheitliche Qualitätsstandards bei der Ausbildung von Fitnesstrainern eingeführt werden. Momentan gibt es diesbezüglich noch keine einheitlichen und verpflichtenden Richtlinien.

Insgesamt gehe ich davon aus, dass sich die Fitnessbranche zukünftig, sicherlich auch durch den demographischen Wandel beeinflusst, weiter professionalisieren wird und auch die Verflechtungen zwischen präventiven Trainingsangeboten und therapeutischen Maßnahmen enger werden.

## DEBATTENBEITRAG

24.04.2024 | INTERVIEW

### WIE DIGITALE ANGEBOTE DIE FITNESS- UND GESUNDHEITSBRANCHE STÄRKEN

Und welche Macht Influencer haben



Christian Hörl - Branchensprecher der Österreichischen Fitnessbetriebe im Fachverband Freizeit- und Sportbetriebe der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) [Quelle: WKÖ]

"Die Fitness- und Gesundheitsbranche in Österreich bzw. im DACH-Raum ist und bleibt ein Zukunftsmarkt", ist sich Christian Hörl, Branchensprecher der Österreichischen Fitnessbetriebe in der Wirtschaftskammer Österreich sicher. Dabei berichtet er von einer ganzen Reihe neuer Trends.

---

**Die Fitness-Branche ist im Wandel - mehr Menschen halten sich fit, hybride Angebote werden vermehrt nachgefragt. Welche Chancen und Herausforderungen sehen Sie grundsätzlich für die Branche?**

Die Fitness- und Gesundheitsbranche in Österreich bzw. im DACH-Raum ist und

bleibt ein Zukunftsmarkt. Der positive Trend aus dem letzten Jahr konnte auch in diesem Jahr fortgesetzt werden und bringt die Branche weiter zurück zu alter Stärke. In der erstmalig flächendeckend durchgeführten Studie der österreichischen Fitnessbranche wurde dies deutlich sichtbar. Nach den beiden negativen Jahren 2020 und 2021 aufgrund der behördlich angeordneten Maßnahmen im Zuge der Corona-Pandemie haben die Betriebe wieder stark an Kunden und Umsätzen zugenommen. War der Jahresstart 2022 noch durch Maßnahmen und Restriktionen im Rahmen der Pandemie zum Teil negativ belastet, verlief das Jahr 2023 erstmalig nach 2019 ohne behördlich angeordnete Einschränkungen. Trotz vielfältiger anderer weltweiter Krisen, welche sich negativ auf die Stimmung auswirkten, zeigten sich in der Fitness- und Gesundheitsbranche deutlich spürbare Erholungseffekte. Es zeigt sich eindeutig, dass das Gesundheitsbewusstsein in der Gesellschaft über die letzten Jahre gestiegen ist und auch zukünftig weiter steigt. Diese Einflussfaktoren stellen vielfältige Chancen für die Fitness- und Gesundheitsbranche dar.

Die Bedeutung von digitalen Trainingsangeboten für Studiobetreiber hat während der Corona-Pandemie und insbesondere in den Schließungszeiträumen zugenommen. In den letzten zwei Jahren jedoch hat dieser Bereich deutlich an Relevanz verloren. Fitnessanlagen haben vielfach digitale Trainings- und Zusatzangebote im Dienstleistungsportfolio etabliert, welche aber vor allem eine Ergänzung darstellen. Das Training in der Fitnessanlage ersetzen sie aber nicht. Die Befürchtung, dass digitale Trainingserfahrungen zu Hause oder outdoor zur Gewohnheit werden und dazu führen, dass die Menschen nicht mehr in die Fitnessanlagen zurückkehren, hat sich nicht bewahrheitet. „Menschen kommen zu Menschen“ und die Zusatzangebote ergänzen das Training, ersetzen aber nicht die Fitnessanlage.

### **Fitness-Apps erleben geradezu einen Boom. Wie kann das die Branche verändern?**

Der Einfluss von digitalen Angeboten stärkt die Nachfrage nach Trainingsangeboten seit vielen Jahren. Wie bereits im 1. Punkt geschrieben hat der enorme Boom während der Corona Schließzeiten sich wieder deutlich reduziert, jedoch bieten alle gro-



Ben Anbieter hybride Angebote an. Dies geschieht häufig im Zusammenspiel mit der Industrie, die hier digitale Lösungen den Betreibern anbietet. Durch die hybriden Angebote gelingt es den Betrieben eine noch engere Beziehung zu den Kunden aufzubauen und sie damit auch länger zu binden.

## **Wie beeinflussen soziale Medien und Influencer den Markt?**

Influencer nutzen ihre Plattformen, um Fitnessprodukte und -dienstleistungen zu bewerben. Da viele von ihnen als vertrauenswürdige Vorbilder angesehen werden, haben ihre Empfehlungen eine große Wirkung auf das Kaufverhalten ihrer Follower. Influencer spielen eine große Rolle bei der Setzung neuer Trends im Fitnessbereich. Ob es um neue Trainingsformen, Diäten, Fitnessgeräte oder Sportbekleidung geht, Influencer haben die Macht, Trends zu etablieren und zu verbreiten. Fitnessstudios spüren dies besonders im Bereich ihrer Ausstattung. Fehlt ein Gerät, das gerade viel umworben wird, dann wirkt sich das messbar negativ auf das Kundenverhalten aus. Ein sehr positiver Effekt ist folgender: Durch soziale Medien ist Fitnessinformation zugänglicher geworden. Viele Influencer bieten kostenlose oder preisgünstige Trainingsanleitungen und Ernährungstipps an, die es einem breiteren Publikum ermöglichen, Fitnessaktivitäten nachzugehen und Menschen zu mehr Fitness zu motivieren. In Summe beeinflussen Influencer den Fitnessmarkt sehr positiv und man darf auch klar behaupten, dass die kommunizierten Inhalte der bekannten Influencer auch inhaltlich sehr hochwertig sind. Häufig wird hier angeführt, dass Influencer ein unrealistisches Körperbild fördern, doch kann dies aus Betreibersicht nicht bestätigt werden. Der aktuelle Trend zu „Body-positivity und Body Neutrality wirkt hier sehr positiv und Menschen mit Übergewicht trauen sich nun viel mehr in ein Fitnessstudio zu gehen als noch vor 10 Jahren.

## **Welche Auswirkungen erwarten Sie durch den demografischen Wandel auf die Branche?**

Etwa 45 Prozent der Fitness- und Gesundheitsanlagen positionieren sich schwerpunktmäßig im Bereich Gesundheit. Dies untermauert die Rolle der Branche als Gesundheitsdienstleister, welche die Anlagen fest internalisiert haben. Gleichzeitig

zeigt sich „Gesundheit“ über alle Altersgruppen der Mitglieder hinweg als der Haupttreiber für ein Training in den Fitness- und Gesundheitsanlagen, womit die Anlagen mit ihrer gewählten Positionierung eine Übereinstimmung zur Erwartungshaltung der Mitglieder herstellen. Aktuell sind zwei Drittel der Mitglieder zwischen 20 und 50 Jahre alt. Der Anteil der über 60-Jährigen ist aber stark im Steigen und beträgt in den Fitnessanlagen bereits über 10%. Bei den Einzelanlagen (keine Discountanbieter) ist der Anteil bei über 15% der Mitglieder. Diese Zielgruppe bietet für die Betreiber ein hohes Potential, da die ältere Zielgruppe auch ein sehr treues Publikum ist.

## DEBATTENBEITRAG

06.05.2024 | INTERVIEW

### APPS ALS GROSSE CHANCE FÜR GESUNDES LEBEN

Wie die Fitness-Branche die digitale Transformation meistert



Thorsten Rebek - Geschäftsführer Deutscher Industrieverband für Fitness und Gesundheit e. V. (DIFG) [Quelle: DIFG]

"Die Fitness-Wirtschaft mit den Fitnessstudios und der Fitnessindustrie entwickelt sich in allen Bereichen stetig weiter", konstatiert Thorsten Rebek vom Deutschen Industrieverband für Fitness und Gesundheit (DIFG). Große Chancen sieht er etwa in Apps und Wearables - aber auch der demografische Wandel eröffnet neue Perspektiven für die Branche.

---

**Die Fitness-Branche ist im Wandel - mehr Menschen halten sich fit, hybride Angebote werden vermehrt nachgefragt. Welche Chancen und Herausforderungen sehen Sie grundsätzlich für die Branche?**

Die Fitness-Wirtschaft mit den Fitnessstudios und der Fitnessindustrie entwickelt

sich in allen Bereichen stetig weiter. So ist bei den Studios eine Verschiebung in Richtung ganzheitlicher Gesundheitsanbieter zu sehen. Die Industrie stellt den Betreibern die hierfür nötigen Konzepte und Lösungen zur Verfügung. Der Fokus liegt hierbei auf neuen Technologien wie KI, die bereits in Trainingsgeräten zum Einsatz kommen und einen hybriden Trainingsansatz unterstützen. Die Branche richtet ihr Handeln dahingehend aus, für die Gesellschaft Angebote zu schaffen, die sie gesünder und fitter machen. Wir sind dabei auf einem sehr guten Weg.

Die Fitness-Wirtschaft hat, wie die meisten anderen Branchen, mit den steigenden Energiekosten, dem Fachkräftemangel und dem Mangel an qualifiziertem Nachwuchs große Herausforderungen zu stemmen. Auch hier gibt es bereits Lösungsansätze und die Unternehmen orientieren sich mittlerweile an modernen Management-Methoden und HR-Konzepten.

## **Fitness-Apps erleben geradezu einen Boom. Wie kann das die Branche verändern?**

Fitness-Apps und auch Wearables sind hier zu nennen, da diese mit Apps verknüpft sind. So landeten die Fitness-Apps bei einer Befragung zu den Fitness Trends des American College of Sports Medicine ([acsm.org](https://www.acsm.org)) im Jahr 2024 auf Platz sieben. Die Wearables belegten wie schon 2023 den Spitzenplatz. Die Verbreitung von Wearables liegt nach den gerade veröffentlichten Ergebnissen des European Health & Fitness Market Report 2024 seit Januar 2022 auf einem konstanten Niveau von rund 39%.

Die Verbreitung von Apps stellt eine große Chance dar, um mehr Menschen zu erreichen und zu einem gesundheitsorientierten Training und Lebensweise zu motivieren. Durch spielerische Trainingsmodelle werden sowohl jüngere als auch ältere Zielgruppen angesprochen. Durch neue digitale Kommunikations- und Interaktionsmöglichkeiten wird im Allgemeinen der Zugang für Zielgruppen bzw. die Interaktion mit dieser erleichtert, was zum Beispiel durch Gamification-Konzepte zu sehen ist. Die Fitness-Wirtschaft hat auch auf diesen Trend schon frühzeitig reagiert. Studiobetrei-

bern stehen digitale Technologien zur Verfügung, die die Mitgliedergewinnung und Verwaltung vereinfachen. Trainierende erhalten durch den Einsatz von neuen Technologien leichteren Zugang zum Training und eine schnellere Rückmeldung zu ihrem Trainingsverlauf und -erfolg. Individuelle, auf die Tagesform abgestimmte Trainingspläne sind ein weiterer Vorteil für die Nutzer.

## **Wie beeinflussen soziale Medien und Influencer den Markt?**

Die sozialen Medien sind mittlerweile in allen Generationen ein sehr wichtiges Unterhaltungs- und Informationsmedium. Die Fitnessstudios sind auf den bekanntesten und reichweitenstärksten Plattformen vertreten und werden dabei von Influencern und Marketingagenturen, die sich auf diese Medien spezialisiert haben, beraten und unterstützt. Influencer mit ihren großen Reichweiten dienen ebenfalls als Sprachrohr in die entsprechenden Zielgruppen. Sie können einen Beitrag leisten, um mehr Menschen zu regelmäßigem Training zu bewegen. Wir müssen allerdings aufpassen, dass Influencer, die nicht oder kaum über trainingswissenschaftlichen Hintergrund verfügen, nicht die Rolle von qualifizierten und gut ausgebildeten Trainern übernehmen. Oft wird von Influencern ein falsches Bild vom schnellen Trainingserfolg oder dem perfekten Körper vermittelt. Hier gilt es den Trainierenden eine entsprechende „Entscheidungs-Kompetenz“ zu vermitteln, damit sie die für sich individuell richtigen Ziele definieren können. Grundsätzlich sollte man sich als Anfänger oder als jemand, der nach langer Zeit wieder ins Fitnesstraining einsteigt, in einem Studio beraten lassen. In vielen Studios stehen Diagnosegeräte und geschultes Personal für die Auswertung und eine Beratung zur Verfügung.

## **Welche Auswirkungen auf die Branche erwarten Sie durch den demografischen Wandel?**

Mit einer älter werdenden Gesellschaft steigt die Nachfrage nach Gesundheits- und Fitnessdienstleistungen für ältere Menschen. Hier sehen wir bei Unternehmen eine vermehrte Nachfrage nach betrieblichen Gesundheitskonzepten für die Angestellten. Fitnessstudios passen sich an, indem sie spezielle Programme und Kurse anbieten. Gleichzeitig wächst bei den jüngeren Generationen das Bewusstsein für Gesundheit.

Dies führt aktuell auch zu wieder steigenden Fitnessstudio-Mitgliedschaften. Wer im Alter fit bleiben möchte, sollte noch heute mit dem Training beginnen. Muskeltraining hat einen positiven Einfluss auf Diabetes Typ II, beugt Rückenschmerzen vor und leistet einen präventiven Beitrag zur mentalen Gesundheit.

Insgesamt eröffnet der demografische Wandel der Fitness-Wirtschaft neue Marktchancen. Wer heute in ein Fitnessstudio schaut, sieht dort nicht nur junge, gut durchtrainierte Menschen, sondern auch Ältere, die den Mehrwert für ihre Gesundheit durch Training erkannt haben.

## DEBATTENBEITRAG

21.05.2024 | INTERVIEW

### FITNESS-EXPERTE ERWARTET BOOM DURCH DEMOGRAFISCHEN WANDEL

Und welche Trends die Fitness-Branche noch umtreibt



Stephan Müller - 1. Vorsitzender Bundesverband Personal Training (BPT) e.V. [Quelle: GuckerKolleg]

Stephan Müller vom Bundesverband Personal Training (BPT) sieht in hybriden Angeboten eine sehr gute Ergänzung für die Trainingsangebote. Der Ernährungs- und Fitness-Experte von ARD und SWR-Fernsehen und -Radio betreut seit Jahren zahlreiche Olympiasieger, Weltmeister und Top Sportler aus vielen Sportarten. Mittlerweile hat er zahlreiche Fachbücher veröffentlicht. Die umfassende Expertise des Vorstands des Bundesverband Personal Training und des Inhabers des GuckerKolleg macht ihn seit Jahren zu einem Spezialisten und Wegbereiter.

---

**Die Fitness-Branche ist im Wandel - mehr Menschen halten sich fit, hybride Angebote werden vermehrt nachgefragt. Welche Chancen und Herausforderungen**

### **sehen Sie grundsätzlich für die Branche?**

Hybride Angebote sind eine sehr gute Ergänzung. Dadurch lassen sich alle Facetten abdecken - gerade, wenn man unterwegs ist oder gerade zeitlich flexibel sein muss. Insofern sind hybride Angebote sehr sinnvoll, wenn sie den qualitativ hochwertig sind. Das muss natürlich sichergestellt sein.

### **Fitness-Apps erleben geradezu einen Boom. Wie kann das die Branche verändern?**

Auch Apps können eine ideale Ergänzung sein. Ich setze selbst auch Fitness-Apps ein, die ich meinen Kunden empfehle. So können sie Übungen machen, wenn ich nicht dabei bin. Dafür sind die Apps natürlich toll. Insofern sehe ich sie nicht als Konkurrenz, sondern als hervorragende Ergänzung zum Personal Trainer und zu meinem Portfolio.

### **Wie beeinflussen soziale Medien und Influencer den Markt?**

Das beeinflusst den Markt schon. Influencer werden aber nicht in erster Linie wegen der Qualität ihrer Angebote erfolgreich, sondern weil sie die Nutzer sehr gut ansprechen. Da gibt es mitunter Empfehlungen dabei, von denen man eigentlich weiß, dass sie gesundheitlich nicht gerade förderlich sind. Das ist ein zweischneidiges Schwert. Aber das war früher schon im Fernsehen so. Wenn da einer etwas vorgeturnt hat, dachte viele, das sei schon richtig. Da sollte man also etwas vorsichtig sein. Die Anzahl der Follower sagt erst einmal nicht über die Qualität aus.

### **Welche Auswirkungen erwarten Sie durch den demografischen Wandel auf die Branche?**

Das bringt einen absoluten Boom für die Branche. Vor allem ältere Menschen wünschen sich, dass sich jemand persönlich um sie kümmert. Die Jüngeren schauen sich eher einfach ein Youtube-Video an – bei den Älteren merken wir, dass sie das Persönliche sehr schätzen. Dafür sind sie auch bereit etwas zu bezahlen.



## DEBATTENBEITRAG

30.05.2024 | INTERVIEW

### NEUE TECHNOLOGIEN IN DER FITNESS-BRANCHE

"Wir tauchen jetzt erst in den Mainstream ein"



Valerie Bures-Bönström [Quelle: Privat]

"Es ist spannend zu sehen, dass es doch so lange braucht, bis sich eine Technologie tatsächlich durchsetzt", konstatiert Valerie Bures-Bönström, CEO der Pixformance Sports GmbH. Sie schätzt den Markt so ein "dass wir erst jetzt dabei sind, mit diesen ganzen neuen Technologien in den Mainstream einzutauchen." Bures-Bönström ist Gründerin und Investorin zahlreicher Firmen in der Fittech-Branche.

---

**Die Fitness-Branche ist im Wandel - mehr Menschen halten sich fit, hybride Angebote werden vermehrt nachgefragt. Welche Chancen und Herausforderungen sehen Sie grundsätzlich für die Branche?**

Das Thema einer klaren Positionierung und Spezialisierung- was wir vor 20 Jahren mit

der Marke Mrs. Sporty schon erkannt haben – war damals schon ganz entscheidend. In diesem speziellen Beispiel hatten wir uns die Zielgruppe der „Frauen in der zweiten Lebenshälfte“ herausgegriffen. In den vergangenen zehn Jahren war die Branche dominiert von preiswerten Fitnessangeboten- und Ketten. Ich denke, dass sich die Fitness- und Gesundheitsbranche derzeit wieder mehr spezialisiert. Und dennoch besteht jetzt die entscheidende Frage, ob sich die Menschen die besonderen Leistungen, die Spezialisierung und auch den Extraservice leisten können und wollen. Das wird die spannendste Frage unserer Branche in den kommenden 10-20 Jahren sein. Wie also entwickelt sich hier unsere Branche weiter?

### **Fitness-Apps und neue innovative Trainingsgeräte erleben geradezu einen Boom. Wie kann das die Branche verändern?**

Das ist eine gute Frage. Fitness- und Gesundheits-Apps gibt es ja bereits recht lange. Und auch technologiegesteuerte Trainingsgeräte und eine Unterstützung des Trainings durch Technologie ist bereits seit längerem ein Trend. Wir starteten zum Beispiel mit unserer Firma Pixformance schon 2011 mit einem Fitness-Spiegel und sind damit schon recht lange auf dem Markt. Doch der Trend scheint sich jetzt erst durchzusetzen. Es ist spannend zu sehen, dass es doch so lange braucht, bis sich eine Technologie tatsächlich durchsetzt. Darum habe ich das Gefühl, dass wir erst jetzt dabei sind, mit diesen ganzen neuen Technologien in den Mainstream einzutauchen.

Über die Frage, wie sich die Fitnessbranche jetzt verändert und in welche neue Welle wir jetzt einsteigen, lässt sich nur spekulieren. Lassen Sie uns daher den Trend in den USA ansehen, denn Amerika ist Europa im Bereich Fitness und Health immer noch weit voraus. Der Trend dort zeigt, dass auch hier in Deutschland das Thema der ganzheitlichen Gesundheit viel stärker in den Vordergrund rücken wird und auch rücken muss. Das liegt letztendlich daran, dass Fitness immer noch getrieben wird von der Motivation, sich in seinem Körper wohlfühlen und auch abzunehmen. Aus den neueren medizinischen Erkenntnissen wissen wir, dass das Wohlfühlgewicht und eine gute Körperform nicht allein ein Thema von „Sport“ ist oder etwa davon, dass wir Kalorien dem Körper hinzufügen und Kalorien dann wieder abtrainieren. Abneh-

men bedeutet auch, ich muss vor allem mental gesund sein und auf mich Acht geben. Allein die Darmgesundheit und oder etwa das Nervensystem spielen hier eine zentrale Rolle. Und deswegen sehe ich die neuesten Trends viel holistischer. Das wird auch die technologische Entwicklung prägen. Um genau diese holistische Sichtweise wird es zunehmend im Fitnessbereich gehen.

## **Wie beeinflussen soziale Medien und Influencer den Markt?**

Ich glaube, dass Influencerinnen und Influencer heutzutage die Rolle des klassischen Marketings übernommen haben. Ich möchte jetzt eine ganz kritische These aufstellen. Influencer sind leider nicht so frei in ihrer Meinungsbildung, wie wir das als Consumer vielleicht glauben. Da ich viel als Investor tätig bin habe ich einen ganz guten Eindruck, wie Influencer-Marketing überhaupt funktioniert. Wir wissen, dass das Influencer-Marketing einfach einen weiteren klassischen Marketing-Channel darstellt und wir wissen auch, dass es beeinflusst wird durch Produkte und finanziellen Interessen von Firmen, die dahinterstehen. Dementsprechend würde ich sagen: Ja, das Influencer-Marketing ist das wichtigste Medium heutzutage, da es Meinungsbildung bedeutet. Damit hat sich der Media-Channel gewandelt. Früher lasen die Menschen Tageszeitung und deren Anzeigen, später haben sie die Facebook-Anzeigen gesehen und heute bekommen sie auf TikTok die Influencer eingespielt. Das ist der große Wandel. Doch ob die Message jetzt eine Andere ist, bezweifle ich stark. Denn auch die Influencer leben – genauso wie damals die Zeitungen und Facebook - von dem Marketing-Budgets der größeren Marken. Inhaltlich spielen sie damit eine kleine Rolle, bezogen auf den Media-Channel spielen sie die entscheidende Rolle.

## **4. Welche Auswirkungen erwarten Sie durch den demografischen Wandel auf die Branche?**

Die Fitness- und Health-Branche spielt wahrscheinlich eine ganz entscheidende Branche für die Zielgruppe. Erstens wird es zukünftig immer mehr ältere Menschen geben und sie stellen dann die Mehrheit der Consumer da. Das heißt: die Angebote müssen mehr auf diese Zielgruppe zugeschnitten sein – und das ist sie heute im großen Maße noch nicht. Immer noch orientiert sich die Branche an den „Mitreißigern“. Hier wird

auf jeden Fall noch ein Wandel passieren. Allerdings finde ich sehr spannend, dass die jetzige Generation der Älteren noch keine so großen Fitnesserfahrungen hat. Erst die Generation, die in 10 Jahren die 50 bis 60-Jährigen stellt, wird diese umfassende Fitness-Erfahrung haben. Dann werden auch ihre Ansprüche höher sein. Und die zukünftigen Konzepte werden dann die „holistischen Gesundheitskonzepte sein, von denen ich vorhin sprach. Das wird der eigentliche große Wandel werden.

## DEBATTENBEITRAG

10.06.2024 | INTERVIEW

### ÜBER DIE AMBIVALENTE ROLLE VON INFLUENCERN FÜR DIE GESUNDHEIT

Und welche anderen Trends es auf dem Fitnessmarkt gibt



Prof. Dr. Michael Tiemann - Professor für Sport- und Gesundheitswissenschaften, Studiengangleiter Gesundheits- und Sozialmanagement, M.A., SRH Hochschule für Gesundheit [Quelle: SRH/Petra Leitte]

"Die Fitness-Branche ist per se sehr dynamisch und innovativ und befindet sich schon allein deshalb (fast) immer im Wandel", betont der Sport- und Gesundheitswissenschaftler Prof. Dr. Michael Tiemann. Er benennt große Chancen für die Branche - und einige Herausforderungen.

---

**Die Fitness-Branche ist im Wandel - mehr Menschen halten sich fit, hybride Angebote werden vermehrt nachgefragt. Welche Chancen und Herausforderungen sehen Sie grundsätzlich für die Branche?**

Die Fitness-Branche ist per se sehr dynamisch und innovativ und befindet sich schon

allein deshalb (fast) immer im Wandel. Verstärkt wird dies durch gesellschaftliche, gesundheitliche und andere Entwicklungen, auf die die Branche reagieren muss, um weiterhin erfolgreich zu sein. Ebenso wie in anderen Branchen bringen Veränderung und Wandel auch für den Fitness-Markt erhebliche Herausforderungen, aber auch Chancen und neue Möglichkeiten mit sich. Eine große Herausforderung stellt(e) die Überwindung der Folgen der Corona-Pandemie dar, wobei sich der Fitness-Markt inzwischen wieder stabilisiert hat und die Mitgliedschaften und Umsätze laut der aktuellen Deloitte-Studie fast wieder das Vor-Pandemie-Niveau erreicht haben. Aktuelle und künftige Herausforderungen beziehungsweise Chancen sehe ich vor allem in der Erschließung neuer, bislang wenig erreichter Zielgruppen sowie entsprechenden Erweiterungen des Angebotsportfolios. Großes Potenzial besitzen dabei insbesondere spezielle Angebote für ältere Generationen („Best Ager“), die in Fitness-Studios bislang unterrepräsentiert sind. Ebenfalls große Wachstumspotenziale bieten die stärkere Nutzung von digitalen Angeboten, deren Nachfrage durch die Corona-Pandemie zusätzlich beschleunigt wurde, sowie deren Kombination mit Präsenz-Angeboten (Hybridmodelle). Neben diesen vorrangig auf Einzelkunden ausgerichteten Angeboten stellen weitergehend auch der betriebliche Gesundheitsmarkt und die Kooperation mit Unternehmen im Bereich der betrieblichen Gesundheitsförderung ein zukunftssträchtiges Geschäftsfeld dar. Des Weiteren zeichnet sich ab, dass auch Maßnahmen zur Förderung der Nachhaltigkeit zunehmend wichtiger werden und Fitnessanbieter, die nachhaltig agieren und sich sozial engagieren, Wettbewerbsvorteile besitzen.

### **Fitness-Apps erleben geradezu einen Boom. Wie kann das die Branche verändern?**

Fitness-Apps haben sich in den letzten Jahren rasant entwickelt und zählen wie digitale Fitness-Angebote insgesamt zu den Gewinnern der Corona-Pandemie. Digitale Anwendungen entsprechen dem Wunsch vieler Menschen nach individualisierten Fitnessprogrammen und personalisierten Trainingsplänen sowie großer Flexibilität in Bezug auf Ort und Zeit der Trainingsdurchführung. Fitness-Apps adressieren zum einen ganz gezielt Personen, die nicht in einem Fitness-Studio trainieren und/oder

sich nicht einer Gruppe anschließen können oder möchten. Zum anderen werden Fitness-Apps jedoch auch von Fitnesszentren und -studios genutzt und zunehmend hybride Fitnessmodelle angeboten, die Präsenz- und Online-Angebote miteinander kombinieren. Auf diese Weise kommen Studios den Bedürfnissen vieler Kundinnen und Kunden nach und können zudem ein breiteres Publikum ansprechen. Insgesamt stellen Fitness-Apps ein wichtiges Segment der Fitness-Branche dar, das relevanten Marktprognosen zufolge in den nächsten Jahren weiter wachsen wird, wobei vor allem mit einer weiteren Spezialisierung und Ausdifferenzierung zu rechnen ist.

### **Wie beeinflussen soziale Medien und Influencer den Markt?**

Es ist offensichtlich, dass soziale Medien wie YouTube, Instagram und TikTok sowie Influencerinnen und Influencer eine große Reichweite und Einfluss auf den Fitness-Markt haben. Als Sport- und Gesundheitswissenschaftler möchte ich insbesondere die Auswirkungen auf die körperlich-sportliche Aktivität der Bevölkerung und die Förderung der Gesundheit (Public Health) in den Blick nehmen. Aus meiner Sicht ist der diesbezügliche Einfluss der sozialen Medien sowie der Influencerinnen und Influencer gering und als ambivalent zu bewerten. Warum? Zum einen wissen wir aus der Verhaltenspsychologie, dass Personen ein Modell bzw. Vorbild (hier für körperlich-sportliches Verhalten) für andere Menschen darstellen, wenn sie Ähnlichkeiten im Hinblick auf wichtige Merkmale wie Alter, Geschlecht, Gesundheitszustand und körperliche Fitness aufweisen. Junge, schlanke, gut trainierte Influencerinnen und Influencer können also ein Modell für ähnliche (bereits aktive) Personen, aber kaum für die vielen inaktiven, untrainierten und gesundheitlich belasteten Menschen sein. Zum anderen wird in Studien und Publikationen unter anderem über mangelnde Qualität, fehlende Qualitätskontrollen, Fehlinformationen sowie unzureichende Individualisierungen der präsentierten Inhalte berichtet. Möglichen positiven Effekten für bestimmte Zielgruppen stehen damit potenzielle Gesundheitsgefährdungen durch unreflektiertes Nachahmen unsachgemäßer Übungen und Empfehlungen gegenüber.

### **Welche Auswirkungen erwarten Sie durch den demografischen Wandel auf die Branche?**

Die steigende Lebenserwartung sowie die sinkende Zahl der Menschen im jüngeren Alter und gleichzeitig steigende Zahl älterer Menschen hat bereits heute und insbesondere in den kommenden Jahren und Jahrzehnten erhebliche Auswirkungen auf die Fitnessbranche. Der demografische Wandel stellt die Branche dabei vor Herausforderungen, bietet nach meiner Überzeugung aber auch große Chancen für die Erschließung neuer, in Fitnesszentren und -studios bislang unterrepräsentierter älterer Personengruppen sowie für die Entwicklung innovativer Angebote. Das große Potenzial zeigt sich allein darin, dass nach Angaben des Arbeitgeberverbandes deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (DSSV) zurzeit (2022) nur gut 8 Prozent der Älteren über 60 Jahre Mitglied in einer Fitnessanlage sind. Damit die Generation der Best Ager aber tatsächlich erreicht wird und den Weg in die Fitness-Studios findet, bedarf es meines Erachtens insbesondere neuer, niedrigrschwelliger, zielgruppenadäquater Zugangswege, spezifischer, maßgeschneiderter Angebote, ein den Bedürfnissen der Zielgruppe entsprechendes Ambiente in den Fitnessanlagen sowie qualifizierter, speziell geschulter Fachkräfte. Dabei wird es für die Fitness-Branche auch darauf ankommen, ihre besonderen Stärken hervorzuheben und sich im Wettbewerb mit anderen Anbietern gesundheitsförderlicher Bewegungs- und Fitnessprogramme für Ältere zu behaupten.



## DEBATTENBEITRAG

24.06.2024 | INTERVIEW

### FITNESS-APPS UND TRAININGSPLÄNE VERÄNDERN BRANCHE FUNDAMENTAL

Warum digitale Tools Fachpersonal nicht ersetzen dürfen



Johannes Walter - Gründer & CEO, Sore Health Club, Hamburg [Quelle: privat]

"Die Fitness-Branche befindet sich in einer aufregenden Phase des Wandels", konstatiert Johannes Walter vom Sore Health Club in Hamburg. Dabei sieht er gerade in digitalen Tools große Chancen - aber auch Herausforderungen.

---

**Die Fitness-Branche ist im Wandel - mehr Menschen halten sich fit, hybride Angebote werden vermehrt nachgefragt. Welche Chancen und Herausforderungen sehen Sie grundsätzlich für die Branche?**

Die Fitness-Branche befindet sich in einer aufregenden Phase des Wandels. Immer mehr Menschen erkennen, wie wichtig es ist, fit und gesund zu bleiben. Diese erhöh-

te Nachfrage bietet uns als Fitnessstudio die Chance, ein breiteres Publikum zu erreichen und maßgeschneiderte Programme anzubieten. Besonders interessant sind hybride Angebote, die digitale und physische Trainingsmöglichkeiten kombinieren. Diese Flexibilität ermöglicht es den Kunden, ihr Training besser in ihren Alltag zu integrieren, was die Motivation steigern kann. Es ist super cool, weil man dadurch ständig motiviert bleibt und regelmäßiger trainiert.

Ein großes Plus ist die Unterstützung durch Fitness-Apps, die es einfacher machen, individuelle Trainingspläne zu erstellen und den Fortschritt zu überwachen. Ich selbst nutze verschiedene Programme, um schnell und effizient personalisierte Trainingspläne für meine Kunden zu erstellen. Das reduziert den administrativen Aufwand und erhöht die Motivation sowohl bei den Trainern als auch bei den Kunden. Eine wichtige Studie des Journal of Medical Internet Research (1) hat gezeigt, dass die Kombination aus digitalem Feedback und regelmäßiger physischer Betreuung zu besseren Trainingsergebnissen und höherer Zufriedenheit führt.

Allerdings gibt es auch Herausforderungen: Es besteht die Gefahr, dass das Training ohne ausreichende Korrekturen erfolgt, was zu Verletzungen führen kann, die bei einer adäquaten persönlichen Betreuung vermieden werden könnten. Deshalb ist es wichtig, dass digitale Tools Fachpersonal nicht ersetzen, sondern ergänzen, um sicherzustellen, dass die Kunden korrekt und sicher trainieren.

## **Fitness-Apps und neue innovative Trainings- und Studiokonzepte erleben geradezu einen Boom. Wie kann das die Branche verändern?**

Fitness-Apps und neue Trainingskonzepte verändern die Fitness-Branche fundamental. Sie bieten eine beispiellose Flexibilität und ermöglichen es den Nutzern, überall und jederzeit zu trainieren. Mit Tools wie Magicline, das ich selbst nutze, können wir weit mehr als nur Buchungen verwalten. Es umfasst die Erstellung und Verwaltung von Trainingsplänen, detaillierte Analysen der Körperzusammensetzung und ein integriertes Zahlungssystem. Das erleichtert den gesamten Fitnessprozess für die Kunden erheblich.

Magiclone bietet alles in einer App – von der Ernährungsberatung über die Trainingsplanung bis hin zur Buchung von Personal Trainings. Ein solches All-in-One-Tool ist ein echter Gamechanger in der Fitness-Branche, da es den Nutzern ermöglicht, all ihre Fitness- und Gesundheitsbedürfnisse an einem Ort zu verwalten. Ich bin auch immer offen für neue Technologien, wie beispielsweise die digitale Messung von Blutwerten, die innerhalb von 10 Minuten ausgewertet werden können. Solche Technologien helfen dabei, schnell zu bestimmen, wo Verbesserungen nötig sind, um die Performance zu steigern und die Gesundheit zu optimieren.

Darüber hinaus haben wir es als erstes Gym geschafft, nicht nur Fitness anzubieten, sondern das Beste aus dem Personal Training auf das Wesentliche herunterzubrechen. Unser Konzept umfasst eine umfassende Ernährungsberatung, die ständige Begleitung des Trainings im 1-zu-10-Format und eine konstante Betreuung mit Ziel- und Ist-Vergleich. Diese enge und persönliche Betreuung ist einzigartig und stellt sicher, dass jeder unserer Mitglieder seine individuellen Ziele effizient und sicher erreicht.

## **Wie beeinflussen soziale Medien und Influencer den Markt?**

Soziale Medien und Influencer spielen eine immense Rolle in der Fitness-Branche. Sie sind nicht nur die treibenden Kräfte hinter neuen Gesundheits- und Fitness-Trends, sondern prägen auch das Markenbewusstsein. Die jüngere Generation vertraut oft eher auf neue Marken, die durch Influencer populär gemacht werden, als auf altbekannte Namen. Dadurch werden auch traditionelle Fitnesspraktiken wie Krafttraining neu definiert und durch innovative Kurse wie Pilates Reformer oder Barre ersetzt.

Influencer haben einen entscheidenden Einfluss auf die Fitnessgewohnheiten, insbesondere bei jungen Menschen, die ständig neue Dinge ausprobieren wollen, weil sie durch die sozialen Medien kontinuierlich neue Inputs benötigen. Diese Veränderung stellt eine Herausforderung für traditionelle Fitnessstudios dar, die kreative und flexible Angebote entwickeln müssen, um diese junge Zielgruppe anzusprechen und zu halten. Es ist faszinierend zu sehen, wie schnell sich Trends verbreiten und wie sie

das Verhalten der Konsumenten beeinflussen.

## **Welche Auswirkungen erwarten Sie durch den demografischen Wandel auf die Branche?**

Der demografische Wandel bringt sowohl Herausforderungen als auch Chancen für die Fitness-Branche. Eine alternde Bevölkerung bedeutet, dass wir uns auf die spezifischen Bedürfnisse älterer Menschen konzentrieren müssen. Diese Zielgruppe legt zunehmend Wert auf Gesundheit und ein aktives Leben, um ihre Lebensqualität zu verbessern und altersbedingten Erkrankungen vorzubeugen. Regelmäßiges Krafttraining ist hier eine der effektivsten Maßnahmen, um die körperliche Gesundheit zu fördern und die Langlebigkeit zu unterstützen.

Ich erinnere mich gut daran, dass meine Mutter früher oft sagte: "Sport ist Mord", und ich durfte nicht öfter als zweimal in der Woche ins Fitnessstudio gehen. Heutzutage wissen wir, dass Fitness und insbesondere Krafttraining eine der besten lebensverlängernden Maßnahmen sind. Eine Langzeitstudie des Journal of the American Geriatrics Society (2) zeigt, dass regelmäßiges Krafttraining die Lebenserwartung signifikant erhöht und die Lebensqualität im Alter verbessert. Ich bin froh, dass ich immer motiviert geblieben bin und möchte dieses Wissen und diese Motivation weitergeben. Mein Ziel ist es, Menschen zu erreichen, die sich bisher nicht in ein Fitnessstudio trauen oder immer noch glauben, dass "Sport Mord" sei.

Mit meinem neuen Konzept im SÖRE Healthclub möchte ich dazu beitragen, diese Barrieren abzubauen und Hamburg zur gesündesten Stadt Deutschlands zu machen. Unsere Programme sind darauf ausgelegt, Menschen jeden Alters und Fitnesslevels zu unterstützen und zu motivieren, einen aktiven und gesunden Lebensstil zu pflegen. Der demografische Wandel verlangt nach vielseitigen und inklusiven Fitnessangeboten, und genau hier setzen wir mit unserem umfassenden Betreuungskonzept an.

(1) Journal of Medical Internet Research (2019): "Effectiveness of Digital and In-Person Exercise Interventions". URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/34753490>

(2) Journal of the American Geriatrics Society (2016): "Long-term Benefits of Strength Training on Mortality and Quality of Life". URL: [https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9797653/#:~:text=For%20cause%2Dspecific%20mortality%2C%20participants,of%20death%20\(Table%203\)](https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9797653/#:~:text=For%20cause%2Dspecific%20mortality%2C%20participants,of%20death%20(Table%203)).

## IMPRESSUM

### Herausgeber

Barthel Marquardt GbR

Merseburger Straße 200

04178 Leipzig

Tel: 0341 24 66 43 72

E-Mail: [marquardt@meinungsbarometer.info](mailto:marquardt@meinungsbarometer.info)

[www.meinungsbarometer.info](http://www.meinungsbarometer.info)

### V.i.S.d.P.

Dipl.-Journ. Nikola Marquardt

### Idee, Konzept, Projektleitung

Dipl.-Journ. Thomas Barthel

### Redaktion

Barthel Marquardt GbR

Diese Dokumentation darf nicht - auch nicht in Auszügen - ohne schriftliche Erlaubnis der Redaktion vervielfältigt und verbreitet werden. Die Dokumentation wurde mit größtmöglicher Sorgfalt zusammengestellt. Trotzdem können wir für die enthaltenen Informationen keine Garantie übernehmen. Die Redaktion schließt jegliche Haftung für Schäden aus, die aus der Nutzung von Informationen dieser Dokumentation herrühren.