



universität
wien

DIPLOMARBEIT / DIPLOMA THESIS

Titel der Diplomarbeit / Title of the Diploma Thesis

Motive im Fitnessstudio

verfasst von / submitted by

Herbert Thonhauser

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of

Magister der Naturwissenschaften (Mag. rer. nat.)

Wien, 2018 / Vienna, 2018

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

A 190 456 482

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Lehramtstudium
UF Geographie und Wirtschaftskunde
UF Bewegung und Sport UniStG

Betreut von / Supervisor:

Univ. Ass. Mag. Dr. Clemens Ley

Zusammenfassung

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist, eine österreichweit repräsentative Analyse der Beweggründe zum Besuch eines Fitnessstudios. Die erhobenen Motive werden dabei nach verschiedenen demographischen Merkmalen der befragten Personen unterschieden.

Auf Grundlage des Berner Motiv und Zielinventars (BMZI) von Lehnert, Sudeck und Conzelmann aus dem Jahr 2011, wurden mittels Online-Fragebogen Daten von 432 FitnessstudionutzerInnen erhoben. Die Ergebnisse zeigen, dass die Motive Fitness, Gesundheit und Figur, die wichtigsten Beweggründe für den Besuch eines Fitnessstudios darstellen. Kontakt und Lifestyle waren für die Befragten hingegen keine relevanten Motive. Unterschiede wurden zwischen den Altersklassen, den Geschlechtern, nach monatlichen Einkommen und Ausgaben für Fitnessstudios festgestellt.

Abstract

The purpose of this diploma thesis is to show a representative analysis of the reasons why people use fitness centers throughout Austria. The collected motives shall be told apart from different demographic aspects like age, educational background and income of the respondents.

An online questionnaire has been designed on the basis of the BMZI (Berner Motiv- und Zielinventar) by Lehnert, Sudeck and Conzelmann (2011). The data of 432 gym-users have been gathered. The motives fitness, health and shape are the most important ones to go to the fitness center, whereas social relations/contact and lifestyle are not considered to be relevant. Further differences have been detected based on age, sex, monthly income or expenses for using a gym.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Motivationspsychologie	3
3	Motive.....	6
3.1	Begriffserklärung	6
3.2	Implizite und explizite Motive.....	7
3.3	Motive im Sport	8
3.4	Motive im Fitnesssport	11
3.5	Untersuchte Motive.....	12
3.5.1	Kontakt	12
3.5.2	Wettkampf/Leistung	13
3.5.3	Ablenkung/Katharsis	13
3.5.4	Figur/Aussehen.....	14
3.5.5	Gesundheit/Fitness	15
3.5.6	Ästhetik.....	17
3.5.7	Aktivierung.....	18
3.5.8	Lifestyle/Identität.....	19
3.5.9	Flow	19
4	Theoretische Grundlagen zum Fitnesssport	21
4.1	Definition Fitness.....	21
4.1.1	Ausdauer.....	23
4.1.2	Kraft.....	24
4.1.3	Schnelligkeit	24
4.1.4	Beweglichkeit	25
4.1.5	Koordination.....	25
4.2	Geschichte und Entwicklung des Fitnesssports	26
4.3	Dichte der Fitnessstudios in Österreich	32

4.4	Gliederung der Fitnessstudios in Österreich.....	33
5	Forschungsdesign	36
5.1	Forschungsfrage.....	36
5.2	Forschungshypothesen.....	38
5.3	Aufbau des Fragebogens	40
5.4	Stichprobenumfang und Datenerhebung	44
5.5	Faktorenanalyse	45
5.5.1	Überprüfung BMZI-Items	46
5.5.2	Überprüfung aller Motivitems.....	48
5.1	Datenauswertung	51
5.2	Gütekriterien	53
5.2.1	Generalisierbarkeit	53
5.2.2	Objektivität.....	53
5.2.3	Validität	54
5.2.4	Reliabilität	54
6	Ergebnisse	55
6.1	Soziographische Daten	55
6.1.1	Geschlecht	55
6.1.2	Alter.....	55
6.1.3	Familienstand	57
6.1.4	Ausbildung	57
6.1.5	Einkommen	58
6.2	Ausübung des Fitnesssports.....	59
6.2.1	Bundesland	59
6.2.2	Monatlichen Ausgaben.....	60
6.2.3	Angebot in Fitnessstudios	61
6.2.4	Nutzung von Angebot in Fitnessstudios.....	62

6.2.5	Trainingserfahrung und -dauer	64
6.3	Motive im Fitnesssport	65
6.4	Überprüfung der Hypothesen.....	70
6.4.1	Unterschiedshypothesen	70
6.4.2	Zusammenhangshypothesen.....	79
7	Diskussion	84
7.1	Kritik.....	84
7.2	Ergebnisse der Motivforschung	89
7.3	Beantwortung Forschungsfragen	91
7.3.1	Geschlecht	91
7.3.2	Alter	91
7.3.3	Bildung und Einkommen.....	92
7.3.4	Trainingshäufigkeit.....	93
7.4	Fazit und Ausblick	94
	Literaturverzeichnis	96
	Abbildungsverzeichnis	101
	Tabellenverzeichnis	102
	Anhang	103

1 Einleitung

Seit dem Fitnessboom in den 1970er-Jahren entstehen laufend neue Fitnessstudios und die Fitnessbranche wächst weiter. Allein in Österreich gibt es im Jahr 2017 1.177 Studios, welche insgesamt 740.000 Mitglieder zählen. Vor allem Billig-Studios konnten in den letzten Jahren immer mehr Standorte eröffnen, während sich mittelpreisige Anlagen auf Marktnischen spezialisieren müssen um weiterhin bestehen zu können. Der Kampf um bestehende FitnesssportlerInnen ist deshalb größer denn je.

Um am Markt bestehen zu können, ist es wichtig zu verstehen welche Interessen die SportlerInnen mit dem Besuch eines Fitnessstudios verfolgen. So gibt es bereits einige Studien, welche sich mit den Motiven in Fitnessstudios auseinandergesetzt haben, jedoch wurden österreichweit bisher keine allgemein gültigen Zahlen erhoben. Es gibt Arbeiten zu den Motiven von älteren Personen in Fitnessstudios (Pernkopf, 2006) sowie den Vergleich der Motivstruktur zwischen Billig- und Premium-Fitnessstudios (Krischke, 2007 und Bárci, 2012). Aktuell liegt keine übergreifende Studie über die Motive der FitnessstudionutzerInnen in ganz Österreich vor.

Der Fokus dieser Arbeit richtet sich daher auf den Unterschied der Gründe für den Fitnessstudiobesuch zwischen verschiedenen soziodemographischen Kennzahlen.

Um ein Verständnis für das behandelte Thema zu bekommen, wird zunächst auf die Motivationspsychologie (Kapitel 2) eingegangen. Besondere Aufmerksamkeit gilt hierbei der Definition von Motiven (Kapitel 3) und bisheriger Forschungen hierzu im Bereich Sport. Weiters wird auf die ausgewählten Motive eingegangen, welche in dieser Arbeit behandelt werden.

Im Anschluss folgt eine Definition des Begriffs „Fitness“ und die historische Entwicklung von Fitnessstudios (Kapitel 4). Die Entwicklung von reinen Krafräumen zu modernen Wellnesstempeln wird erläutert, sowie ein Einblick in die österreichische Fitnessstudiolandschaft gegeben.

Forschungsdesign, Methode und die Entwicklung des Fragebogens werden in Kapitel 5 beschrieben.

Kapitel 6 analysiert die Ergebnisse aus den erhobenen Daten und unterscheidet dabei soziographische Faktoren, Angaben zur Ausübung des Fitnesssports, die Motive im Fitnesssport und die Überprüfung der erstellten Hypothesen.

Abgeschlossen wird die Arbeit mit einer Diskussion über die Erhebungsmethode und die gewonnenen Ergebnisse. Darüber hinaus wird ein Fazit gezogen und ein Ausblick für weitere Untersuchungsmöglichkeiten gegeben.

2 Motivationspsychologie

Die folgenden beiden Kapitel geben einen kurzen Einblick in den psychologischen Aspekt dieser Arbeit. Da es sich um eine Motivforschung handelt, gilt es zunächst zu verstehen was unter Motivation zu verstehen ist, weshalb einige Begrifflichkeiten erklärt werden. Eingeleitet wird mit einer Übersicht zur Motivationspsychologie. Hierzu bieten Heckhausen und Heckhausen (2010, S. 1) eine passende Einführung:

Das Leben jedes Menschen ist ein nicht abreiender Strom von Aktivitäten. Darunter fallen nicht nur die vielerlei Arten von Handlungen oder Mitteilungen. Auch Erleben – geistige Aktivität in Form von Wahrnehmungen, Gedanken, Gefühlen und Vorstellungen – gehört dazu, wenn es auch nicht von außen beobachtbar ist und nicht unmittelbar auf die Außenwelt einwirkt. [...] Die Motivationspsychologie beschäftigt sich mit Fragen über solche Aktivitäten, die das Verfolgen eines angestrebten Ziels erkennen lassen und unter diesem Gesichtspunkt eine Einheit bilden. Der Motivationsforschung geht es darum, solche Aktivittseinheiten im Hinblick auf deren »Wozu« und deren »Wie« zu erklären.

Allgemein geht es in der Motivationspsychologie um bewusstes, zielgerichtetes Verhalten von Menschen. Unbewusste Tätigkeiten fallen nicht in diese Forschung und werden ausgeschlossen. (Brandstätter et.al., 2013, S. 3f)

Motivationspsychologie versucht, unterschiedliches Auftreten mit wenigen übergeordneten Motiven zu erklären. Ziel ist das Erkennen und Herausarbeiten von allgemeinen Prinzipien und Gemeinsamkeiten im Verhalten von verschiedenen Menschen. (Rothermund & Eder, 2011, S. 13)

Die Motivationspsychologie befasst sich also mit der Erwartung und der Realisierung von Zielen. (Schmalt & Langens, 2009, S. 15/ 27)

Motivation stammt vom lateinischen „movere“ ab, das als „bewegen“ übersetzt wird. Es stellt also all jenes dar, dass Menschen dazu bringt zu Handeln. (Rudolph, 2013, S. 14)

Motivation ist das Ereignis einer Wechselwirkung zwischen dem Aufforderungscharakter von Situationen und den Motiven einer Person. Es sind bewusste oder unbewusste psychische Prozesse oder Zustände, die in einer Person stattfinden. (Röthig, 1983, S. 251)

Motiviert sein beinhaltet drei Eckpunkte eines Verhaltens. Zunächst setzt sich jemand ein Ziel. Wenn diese Person sich bei der Erreichung des Ziels anstrengt, hängt es zuletzt davon ab, wie fokussiert diese Endabsicht angesteuert wird. Ist die Person nur schwer aus der Konzentration zu bringen und bleibt fokussiert bei der Sache, wird sie als motiviert beschrieben. (Rheinberg & Vollmeyer, 2012, S. 14)

Motivation kann zusammengefasst als die aktivierende Lebensgestaltung in Richtung eines positiv bewerteten Ziels verstanden werden. (Rheinberg & Vollmeyer, 2012, S. 16)

Intrinsische und extrinsische Motivation sind zwei mögliche Unterscheidungsformen, welche dazu dienen das Verhalten einer Person genauer zu verstehen.

Als intrinsische Motivation wird dabei das Handeln um seiner selbst willen bezeichnet. Es geht um die Erlebnisse durch und bei der Ausführung einer Aktion. Allein die Ausführung der Tätigkeit reicht als Anreiz um den Zweck dieses Tuns als sinnvoll anzusehen. (Gabler, 2002, S. 161)

Viele Freizeitgestaltungen oder scheinbar zielloses Spielen von Kindern kann beispielsweise als intrinsische Motivation angesehen werden. Das Ziel ist der Spaß an der Sache selbst, wodurch eine hohe Motivation gegeben ist. (Rheinberg & Vollmeyer, 2012, S. 28)

„Im allgemeinen Sprachgebrauch meint intrinsisch so etwas wie ‚innerlich‘, ‚eigentlich‘ oder ‚wahr‘; extrinsisch meint dagegen so etwas wie ‚äußerlich‘, ‚nicht wirklich dazugehörend‘.“ (Rheinberg & Vollmeyer, 2012, S. 149)

Handeln welches als extrinsisch anzusehen ist liegt dann vor, wenn das Handlungsziel und der Handlungszweck nicht übereinstimmen. (Gabler, 2002, S161)

Die Gründe des Ausführens dienen dabei einer anderen Endabsicht, als Spaß an der Sache zu haben. Das Verhalten dient als Mittel zum Zweck. Die vorliegende Motivation, kann als Verstärker dienen. Eine darauf aufbauende Tätigkeit wird dabei bewusst intensiver

betrieben, als wenn sie aus rein intrinsischer Motivation erfolgt wäre. (Rudolph, 2013, S. 153)

Die in dieser Arbeit behandelten Motive werden unterschiedlich zugeordnet. Während Ästhetik, Flow, Aktivierung und Ablenkung/Katharsis intrinsischer Motivation zuzuordnen sind, werden Motive wie Wettkampf/Leistung und Kontakt als extrinsisch betrachtet. (Hänsel et.al., 2016, S.83)

Es geht darum, sowohl die Unterschiede wie auch die Konstanten im Verhalten einer Person und zwischen Personen zu verstehen. Dabei müssen motivationale Erklärungen über das beobachtete Verhalten, das erklärt werden soll, hinausgehen. Für die Gültigkeit und Richtigkeit einer motivationalen Erklärung muss es überzeugende Hinweise geben; und der Zusammenhang zwischen einer spezifischen Motivationsform und dem zu erklärenden Verhalten muss plausibel sein.

(Rothermund & Eder, 2011, S. 11)

3 Motive

Dieses Kapitel dient zur Definition des Begriffs „Motiv“ und der Unterscheidung von expliziten und impliziten Motiven. Darauf aufbauend wird allgemein auf Motive im Sport eingegangen, bevor im speziellen zu den bereits untersuchten Motiven im Fitnesport Stellung genommen wird.

3.1 Begriffserklärung

Eine zentrale Voraussetzung für menschliches Handeln, und vermutlich für das Handeln eines jeden Lebewesens, sind Motive. Ohne einem Ziel gibt es kein Handeln. Welcher Zweck durch eine bestimmte Handlung verfolgt wird, kann vielfältig sein. (Lehnert, Sudeck & Conzelmann, 2011, S. 146)

Während viele Tiere auf die Jagd gehen, um sich ernähren und überleben zu können, ist es dem Mensch möglich diesen Überlebensinstinkt als nebensächlich zu betrachten. Der Zugang zu Lebensmitteln ist jederzeit möglich und die Gefahr von natürlichen Feinden getötet zu werden verschwindend gering. So ist der Mensch im Stand neue Ziele zu suchen und in seiner Lebensgestaltung zu verankern. Die untersten Bedürfnisstufen (Maslowsche Bedürfnishierarchie) sind gesichert und befriedigt, und der Fokus gilt den Stufen Individualisierung und Selbstverwirklichung. (Herber, 1985, S.38)

Aus diesem Grund können Menschen, die auf engstem Raum zusammenleben, unterschiedlichste Ziele verfolgen. Sie sind zu individuellem Verhalten befähigt und haben verschiedene Motive als Gründe ihres Handelns.

„Aus dem Zusammenwirken von Motiven und situativen Anreizen ergeben sich die konkreten Zielsetzungen, sie determinieren die Bewertung der angestrebten Ziele und initiieren Handlungen. Sie beeinflussen aber auch handlungsrelevante Momente, zB die Beurteilung der Realisierungschancen einer Zielsetzung. Neben der Wertschätzung bestimmen auch die wahrgenommenen Realisierungschancen, die Erfolgs-

oder Misserfolgserwartungen, menschliches und tierliches Verhalten.“

(Schmalt & Langens 2009, S. 15)

Motive heben sich von angeborenen leiblichen Bedürfnissen (essen, schlafen, trinken) ab. Sie gelten als erlernte, generalisierte Wertungsdispositionen für verschiedene Grundsituationen und dienen der Beschreibung von beobachtbarem Verhalten. (Röthig, 1983, S. 251f)

„Ziele bilden einen ganz zentralen Sachverhalt von Motivationsprozessen. Ziele [...] lenken das Verhalten in eine ganz bestimmte Richtung, und sie helfen uns darüber hinaus, Motive zu definieren.“ (Schmalt & Langens, 2009, S. 14)

Die Verfolgung eines Ziels und die Herausbildung eines Motivs, hängen somit stark von vorangegangenen Erfahrungen und gegebenen Sachlagen ab.

Ziele werden umso eher in Handlungen transferiert, je notwendiger deren Erreichung gesehen werden, und je wahrscheinlicher der Erfolg der Ausführung empfunden wird. Weiters sollten Eckpunkte der geplanten Handlung gesetzt werden. Der wichtigste Punkt ist, dass die Ziele selbstbestimmt sind. Werden Ziele vorgegeben, hat das Erreichen dieser eine geringere Wahrscheinlichkeit auf Erfolg, als wenn sich Personen selbst Ziele setzen. (Schmalt & Langens, 2009, S. 31)

3.2 Implizite und explizite Motive

Es können zwei Arten von Motiven unterschieden werden.

Implizite Motive entziehen sich dem menschlichen Bewusstsein weitgehend und können daher nur indirekt gemessen werden. Sie können von Menschen nicht selbst erklärt oder beschrieben werden. Sie beruhen auf in der Kindheit gelernten Präferenzen in bestimmte Richtung zu denken und zu handeln. Diese Handlungen erfolgen automatisch und entspringen dem Unterbewusstsein, ohne dass darüber nachgedacht wird. (Redaktion Springer, 2018)

Explizite Motive können ebenso als selbstbestimmte Motive bezeichnet werden. Sie spiegeln die Ziele und damit das Selbstbild eines Menschen wider. Es sind Motive, die eine Person bewusst verfolgt und welche sie dadurch auch benennen kann. Sie begründet ihr

Handeln damit und ist sich der Taten bewusst. Die Folgen der durchgeführten Handlungen müssen jedoch nicht mit den Zielen der Person übereinstimmen. So kann es sein, dass eine Person zwar ein bestimmtes Ziel verfolgt, jedoch dieses durch ihr Handeln verfehlt, dafür hingegen ein anderes erreicht. (Brunstein, 2006, S. 236)

3.3 Motive im Sport

Es gibt unzählige Gründe Sport zu treiben. Warum jemand einen bestimmten Sport ausführt, stellt eine persönlichkeitspezifische Wertungsdisposition dar. (Gabler, 2002, S. 13)

Neben Kunst und Musik wird Sport als Teil einer Kultur angesehen. Er zeigt ein bestimmtes Verhalten einer Gesellschaft und deren Bezug zu Gesundheit. Erst in den letzten Jahrzehnten entwickelte sich ein neues Motiv für die Ausübung von Sport: Spaß. Immer mehr Menschen betreiben Sport nur aus Vergnügen und binden diesen in ihre Freizeitaktivitäten ein. (Dietrich, 1999, S. 29f)

Motive im Sport sind die Bereitschaft in persönlichkeitspezifischer Weise in sportlichen Situationen zu handeln. Sie beinhalten alle kognitiven (zB Erwartungen) und emotionalen (zB Enttäuschung, Freude) Prozesse welche vor, nach oder während einer sportlichen Aktivität herrschen. (Röthig, 1983, S. 251f)

In einer 1974 durchgeführten Untersuchung zu den Gründen für Sportausübung zeigte sich, dass die dominierenden Sportmotive der ÖsterreicherInnen „Fitness/Gesundheit“ und „Spaß“ sind. Von den damals Befragten, machten 45 % Sport um fit und gesund zu bleiben, 35 % weil es Spaß macht und lediglich zwei Prozent war der soziale Aspekt des gemeinsamen Sporttreibens mit Freunden oder Familie wichtig.

1985 kamen Norden und Schulz bei einer Befragung der TeilnehmerInnen am Sportbetrieb des Universitätssportinstituts Wien zu Ergebnissen mit ähnlicher Tendenz. 36 % nahmen an Kursen teil um fit und gesund zu bleiben, 20 % war der soziale Aspekt wichtig und nur 10 % die Entspannung innerhalb der Kurse. (Norden & Schulz, 1988, S. 95)

Das Motiv Gesundheit gilt laut Lehnert, Sudeck und Conzelmann (2011) bei den meisten Menschen lediglich als Einstiegsmotiv. Über die Zeit bekommen andere Motive wie Aussehen oder Lifestyle eine bedeutendere Rolle.

Die Gründe Sport zu treiben variieren dabei je nach Alter. Während Aussehen, Spaß am Sport und Kontaktgewinn vor allem bei jüngeren Menschen wichtige Motive sind, stehen bei älteren Menschen Ablenkung und Aktivierung im Vordergrund. Die Motive Gesundheit, Fitness (Beweglichkeit) und bestehende soziale Kontakte zu pflegen, ändern sich im Altersverlauf hingegen nicht. (Norden & Schulz 1988, S. 97)

Neben Gesundheit, Spaß oder Kontakt zu anderen Menschen gibt es noch unzählige weitere Motive um Sport zu treiben. Daher ist es sinnvoll sich auf die wesentlichsten zu konzentrieren. Gabler (2002, S. 13f) schlägt daher folgende Vorgehensweise, zur Auswahl der wichtigsten Motive vor:

1. Jene Situationen, welche regelmäßig vorkommen, sollten die Grundlage bilden. Sie müssen klar voneinander unterscheidbar sein.
2. Die Erwartungen und Gründe für diese Situationen müssen im Anschluss daran benannt werden.
3. Zuletzt gehören ähnliche Gründe zusammengefasst und durch gemeinsame Merkmale als Motivgruppen definiert.

Dadurch ergaben sich für Gabler die sechs wichtigen Faktoren Leistung, Kontakt, Fitness/Gesundheit/Figur, Bewegungsfreude, Erholung und Natur, welche regelmäßig im Sport genannt werden. (Lehnert, Sudeck & Conzelmann, 2011, S. 149)

BMZI – Berner Motiv- und Zielinventar im Freizeit- und Gesundheitssport

2011 brachten Lehnert, Sudeck und Conzelmann mit dem Berner Motiv- und Zielinventar im Freizeit und Gesundheitssport (BMZI) eine überarbeitete Version der Motivabfrage heraus.

Sie verglichen dabei zunächst mehrere Motivatxonomien und erstellten auf Grund verschiedener Faktoren einen neuen Fragebogen, welcher auf jenem von Gabler aus dem Jahr 1986 basiert. Dieser Fragebogen dient der Motivanalyse für den Freizeitsport und ist somit über alle Bevölkerungsgruppen hinweg gut anwendbar.

Als Gründe für die Neuentwicklung anstatt der Übernahme jener Motivatxonomie von Gabler, waren dabei folgende Punkte ausschlaggebend:

- Die Ausweisung einzelner Items wurde nicht klar verständlich vermittelt und führte zur Verfälschung der Ergebnisse.

- Die Auswahl der 24 Items bei Gablers Fragebogen aus dem Jahr 2002 war nicht nachvollziehbar.
- Der Faktor Natur wurde nicht als eigenständiger Bereich betrachtet, sondern bekam nur eine untergeordnete Rolle.
- Nicht nur SportlerInnen sollen mit dem erarbeiteten Fragebogen erreicht werden, da im Freizeit- und Gesundheitssport die Regelmäßigkeit eine besondere Herausforderung darstellt.

(Lehnert, Sudeck & Conzelmann, 2011, S. 149f)

Zusätzlich wurden Itemänderungen gegenüber jenen, welche Gabler 2002 vorschlug, vollzogen:

- Während Gabler verschiedene Bereiche für Figur und Aussehen definierte, wurden diese Items im BMZI zusammengefasst und stärker vom Bereich Gesundheit/Fitness abgegrenzt.
- Gleiches wurde im Bereich Erholung durchgeführt. Hierbei galt es den Unterschied zwischen dem positiv konnotierten Begriff Aktivierung und der negativ behafteten Ablenkung/Katharsis auszuarbeiten.
- Testverfahren zeigten, dass der Begriff Leistung klarer definiert werden musste.
- Die Ästhetik wird von Gabler vollkommen vernachlässigt. Die drei Autoren sehen in diesem Begriff die Möglichkeit, der Schönheit im Sport und der Freude an dieser nachzugehen.

(Lehnert et.al., 2011, S. 151ff)

Die Autoren entschlossen sich letztendlich die 41 von ihnen verwendeten Items in sechs Bereiche zu unterteilen. Gesundheit (inklusive Gesundheit/Fitness und Figur/Aussehen), Kontakt, Erholung (mit Aktivierung und Ablenkung/Katharsis), Leistung, Bewegungsfreude und Ästhetik. Diese Items wurden mit der Frage „Warum treiben Sie Sport?“ abgefragt.

Das Ergebnis der Studie zeigte die erwarteten Bereiche als Hauptmotive des Sporttreibens. Das Motiv Gesundheit/Fitness wurde am häufigsten angegeben, wohingegen Wettkampf/Leistung im Breitensport das unwichtigste Motiv darstellte.

3.4 Motive im Fitnesssport

Roland Bässler (1988) sieht die Faszination des Fitnesssports in der Kombination aus Bewegung, Spiel und Spaß. Menschen sind nicht Wettkampf- oder Leistungsorientiert, sondern betreiben Sport zum Zweck der Entspannung, dem Spaß und der Ablenkung.

„Nach dem Motto ‚mehr Lust als Leistung‘ ist für die Freizeitsportler heute der Spaß am Sport das wichtigste Motiv für Sporttreiben, gefolgt von dem Bedürfnis nach Gesundheit, Fitness und dem Naturerlebnis [...]“. (Bässler 1988)

Der Begriff Wellness ist laut Bässler (1988) eine Kombination aus körperlicher Aktivierung, geistiger Anregung und gleichzeitiger seelischer Entspannung zu verstehen.

Wellness stellt für Gavin und Mcbrearty (2013, S. 1) mehr als nur Entspannung dar. Für sie bedeutet der Begriff gleichzeitig die Erforschung und das Streben nach dem Sinn des Lebens, gleichzeitigen kultivierten Beziehungen und dem rücksichtsvollen Umgang mit der Umwelt.

Diese Definition mag hierbei etwas weit greifen, wobei Fitnessstudios und diverse Produktgruppen, welche den Begriff Wellness bewerben, ebenfalls all diese Punkte vereinen um sie ihren Zielgruppen zu verkaufen.

Fitnessstudios werden immer häufiger zu Treffpunkten, um soziale Bedürfnisse zu stillen. Während früher das Kaffeehaus der erste Anlaufpunkt war um Freunde oder Bekannte zu treffen, werden inzwischen Studios oder Fitnessclubs bevorzugt. Neben dem Repräsentieren eines sozialen Status, kann gleichzeitig an der eigenen Gesundheit gearbeitet werden. (Bässler, 1988)

Im Gegensatz zum allgemeinen Sporttreiben hat die Figur beziehungsweise das Aussehen in der Vergangenheit zumeist den Hauptgrund für einen Fitnessstudiobesuch dargestellt.

Das Ziel von Männern in Fitnessstudios zielt laut Bässler (1988) vor allem darauf ab Muskelpolster aufzubauen. Bei Frauen hingegen stehen eine schmale Taille und straffe Beine und Po im Vordergrund.

Bereits Norden und Schulz (1988, S. 66) schreiben davon, dass die unterste Bildungsschicht bei den Sporttreibenden unterrepräsentiert ist. Dies ist ihrer Meinung nach das Resultat einer längeren Schul- und Universitätssportteilnahme, als auch ein ausgeprägteres

Gesundheitsbewusstsein von Personen mit höherem Bildungsgrad. Dieser Trend sei auch in Fitnessstudios zu erkennen.

Nach Mickler und Moser (1988, S. 214) kann ein Fitnessstudio als ein Dispositionsraum gesehen werden. In diesem Raum treffen verschiedene individuelle Handlungsräume aufeinander, welche unterschiedliche Ziele verfolgen. Je nachdem welche Ziele gesetzt werden, steht jedem Individuum ein größerer oder kleinerer Handlungsraum innerhalb dieses Dispositionsraums zur Verfügung. Je nach psychischer oder körperlicher Verfassung variiert dieser nicht nur von Person zu Person, sondern auch von Tag zu Tag. Respektive in welcher Verfassung der oder die Trainierende ist, können unterschiedliche Ziele und damit unterschiedliche Motive der Nutzung eines Fitnessstudios zutreffen.

Weiters verändern sich die Motive von Fitnessstudio-BesucherInnen über die Zeit. Mit Bezug auf Bednarek und dessen Untersuchungen aus 1984, zeigt sich, dass mit fortlaufender Trainingsdauer dem Ziel Aussehen in Form von Muskelmasse und idealtypischen Körperformen immer mehr Bedeutung zukommt. (Mickler & Moser, 1988, S. 206)

3.5 Untersuchte Motive

Für die Arbeit wurden neun Motive ausgewählt, welche genauer untersucht werden sollen. Dabei wurden zunächst jene sechs Bereiche übernommen, welche im Zuge des BMZI generiert wurden. Der Punkt Gesundheit, wurde in dieser Untersuchung in die Punkte Figur/Aussehen und Gesundheit/Fitness aufgeteilt. (Lehnert et.al., 2011, S. 153)

Zusätzlich wurden die zwei Bereiche, Lifestyle/Identität und Flow, hinzugefügt.

3.5.1 Kontakt

Die menschliche Entwicklung ist seiner sozialen Lebenswelt zu verdanken. Dabei spielt nicht nur die Bindung zu wenigen ausgewählten Menschen eine bedeutende Rolle, sondern auch das Auffinden von Gleichgesinnten und das Aufrechterhalten von Kontakten zu diesen. (Schmalt & Langens, 2009, S. 236)

Gemeinsame Interessen stellen eine Möglichkeit dar über kulturelle oder soziale Differenzen hinwegzusehen und verschiedenste Menschen miteinander in Kontakt zu bringen. Sport

stellt dabei eine ebenso wichtige Rolle dar, wie es Musik oder Kunst tun. (Gebauer, 2002, S. 219f)

Diverse Studien zeigen, dass die Isolation einer Person zu einem erhöhten Stresslevel führt. Menschen, die in ein Fitnessstudio gehen um Kontakt mit Gleichgesinnten zu finden, machen dies unter anderem, um den eigenen Stresslevel zu reduzieren und Ausgleich zu finden. (Schmalt & Langens, 2009, S. 246)

Vor allem im hohen Alter sind soziale Kontakte wichtig um Depressionen entgegenzuwirken. Fitnessstudios bilden dabei eine gesunde Möglichkeit, um sich mit Gleichgesinnten wetterunabhängig zu treffen. (Meusel, 1988, S. 27)

3.5.2 Wettkampf/Leistung

Unter Wettkampf wird eine vorab geregelte Auseinandersetzung zwischen Individuen, unter der Bedingung der Chancengleichheit, verstanden. Das Ziel des Wettkampfes ist dabei ein ideeller symbolischer oder ein materieller Wert. (Röthig, 1983, S. 451)

Leistung stellt dabei erst das Teilnahmekriterium an Wettkämpfen dar. Erst durch die Messung des Erreichten und damit dem Erreichen einer bestimmten Leistung, besteht die Möglichkeit an Wettkämpfen teilzunehmen. (Bette, 1988, S. 203)

Im Fitnessstudio gibt es hierbei meist einen Vergleich mit anderen. Ziel ist es, der beziehungsweise die Stärkste oder Beste (zB in einer Kraftübung) zu sein.

Gleichzeitig wird der Bodybuilding-Sport, oder das Training im Fitnessstudio, mit dem Ziel in einer weiteren Sportart besser zu werden (zB bessere Sprungkraft im Basketball), unter diesem Motiv subsummiert.

3.5.3 Ablenkung/Katharsis

Ablenkung/Katharsis als Motiv, sollen Erinnerungen oder Gedanken kurz-, mittel- oder langfristig aus dem Gedächtnis löschen. (Leibold, 1988, S. 217)

Sport ist neben Schlaf die beste Möglichkeit um sich von Stress zu erholen. Zusätzlich hilft er durch die körperliche Belastung psychische Symptome wie Schlafprobleme oder verstärkte Müdigkeit zu beseitigen. (Meusel, 1988, S. 129)

Durch die gegebene Nähe zum Motiv Aktivierung ist es wichtig trennscharfe Items zu setzen. Während Ablenkung/Katharsis nämlich negativ behaftet ist und einer Überforderung entgegenwirkt, lenkt Aktivierung in eine positive Richtung, und hilft den Organismus anzukurbeln.

1997 untersuchte Bässler (1997, S. 163) die Einflüsse von verschiedenen Sportarten auf die Stimmungsveränderungen. Er kam zu dem Schluss, dass Fitnessaktivitäten zu einer Stimmungssteigerung und gleichzeitig zu einer Spannungsreduktion führen. Somit kann das individuelle Wohlbefinden, nach einer Stresssituation, wieder erreicht werden.

Durch die Faktorenanalyse wird das Motiv Ablenkung/Katharsis mit Items aus den Bereichen Flow und Aktivierung erweitert und als neues Motiv Erholung bezeichnet.

3.5.4 Figur/Aussehen

Das Aussehen beziehungsweise die Figur einer Person hat in den letzten Jahrzehnten von immer mehr an Bedeutung gewonnen. In der modernen Gesellschaft wird Bewegung zu einem Luxusgut und strahlt Leistung und Selbstsicherheit aus. Schlankere Personen finden leichter Anschluss, schneller Arbeit und werden positiver wahrgenommen als gleichwertige unsportliche KollegInnen. (Bässler, 1997, S. 19)

Weiters ist körperliche Schönheit der wichtigste Anreiz für sexuelles Verhalten. Attraktive Personen haben bei der Wahl der Geschlechtspartner große Vorteile die eigenen Gene weitergeben zu können. Zwar sind kulturelle Schönheitsideale durchaus unterschiedlich (diese können mitunter stark variieren), doch orientiert sich die Partnerwahl dabei immer am kulturellen Idealbild von Schönheit. (Rhodes, 2006; zitiert nach Schmalt & Langens, 2009, S. 143)

Der Körper stellt ein modernes Ausdrucksmedium in der Gesellschaft dar. Zwar hat jeder Mensch von Natur aus eine gute Grundlage bekommen, wie er beziehungsweise sie damit umgeht und was er oder sie daraus macht, wird dabei von den anderen genau bewertet. Die körperliche Inszenierung beruht daher auf einer Wunschvorstellung, welche erreicht werden soll und meist in hohem Maße den Vorgaben der Werbung und den Massenmedien verschrieben ist. (Gebauer, 2002, S. 21f)

Durch verschiedene Preisklassen im Fitnessbereich, und dem allgemeinen Zugang zu Solarien, lassen sich Idealbilder in allen ökonomischen Gesellschaftsschichten anstreben. So lassen sich auch die sozialen Differenzen immer schwerer am individuellen Aussehen unterscheiden. Das Aussehen stellt eine Möglichkeit dar, der eigenen Umwelt zu entfliehen und sich einer anderen Schicht zugehörig zu fühlen. (Bette, 1988, S. 112)

Durch Sport ist eine physiologische Altersvariabilität von 20 Jahren möglich. Das bedeutet dass ein 50-jähriger je nach Lebensumständen und ohne ausreichender Bewegung um zehn Jahre älter aussehen, mit dem optimalen Fitnesstraining aber genauso um zehn Jahre jünger wirken kann. (Meusel, 1988)

Die Faktorenanalyse ergab unterschiedliche Interpretationen zwischen den beiden Motiven Figur (um schlank zu sein) und Bodybuilding (um Muskelmasse aufzubauen). Auch in der Auswertung sind Unterschiede ersichtlich, weshalb diese Trennung übernommen wurde.

3.5.5 Gesundheit/Fitness

In der heutigen Arbeitswelt bewegen wir uns immer weniger, wodurch unsere Muskulatur kaum mehr beansprucht wird. In Folge dessen schrumpfen unsere Muskeln und wir legen aufgrund des niedrigeren Energieumsatzes Fettpölster an. Die Menschheit wird daher dicker, schlaffer und kraftloser. (Rahman & Schwarz, 2011, S. 86)

Es ist allgemein bekannt, dass Gesundheit und Sport/Bewegung zusammenhängen. Weitere Folgen und Vorteile durch das Sporttreiben oder den Besuch eines Fitnessstudios sind jedoch weniger bekannt. Allgemein besteht weiterhin oft der Glaube: „Wer Sport treibt, lebt gesund.“. Gesundheit wird dabei gleichzeitig durch das äußerliche Auftreten definiert. Denn wer gut aussieht, ist bekanntlich auch gesünder und leistungsfähiger. (Wydra, 1996, S. 4)

Die Definition der Weltgesundheitsorganisation für Gesundheit, welche 1948 festgeschrieben wurde, ist wohl die Bekannteste und auch Zielführendste:

Gesundheit ist ein Zustand völligen psychischen, physischen und sozialen Wohlbefindens und nicht nur das Freisein von Krankheit und Gebrechen. Sich des bestmöglichen Gesundheitszustandes zu erfreuen ist ein Grundrecht jedes Menschen, ohne Unterschied der Rasse, der Religion,

der politischen Überzeugung, der wirtschaftlichen oder sozialen Stellung.

(Bundesministerium für Frauen und Gesundheit, 2018)

Das Gesundheitstraining, auf welches in Fitnessstudios sinnvollerweise abgezielt werden sollte, sind konsequent durchgeführte Körperübungen, die bewusst auf die Festigung der Gesundheit gerichtet sind. (Röthig, 1983, S. 150)

Flicke Tom (2009, S. 67) beschreibt ein Training nach der Fitness- bzw. Gesundheitsmethode aus einer Kombination von geringen Intensitäten bei mittleren bis hohen Wiederholungszahlen. Er empfiehlt diese Art des Krafttrainings vor allem Einsteigern und älteren Personen zur Prävention und Rehabilitation.

Hottenrott und Neumann (2014, S. 21) schreiben, dass Gesundheitssport bereits ab dem 30. Lebensjahr seine Wirkung entfaltet, auch wenn keine Anzeichen von Krankheiten bestehen, dieser aber bereits zur Vorbeugung dient.

Dabei sind zwei Punkte herauszuheben. Erstens ist von einer konsequenten, also einer langfristigen, Durchführung von Übungen die Rede. Dies bedeutet, dass nicht die Häufigkeit der Fitnessstudiobesuche innerhalb einer Woche oder eines Monats, sondern vielmehr die Teilhabe am Fitnesssport über Jahre im Fokus steht. Zweitens soll die Festigung der Gesundheit dabei im Mittelpunkt stehen. Das Herantreiben an Maximalleistungen steht im Hintergrund. Es ist somit ein anderes Training im Fokus als bei jenen Personen, welche das Motiv Leistung verfolgen und dabei oft nur ihre körperlichen Möglichkeiten bis an die Grenzen treiben wollen. (Röthig, 1983, S. 150)

Neben der Vorbeugung gegen Bewegungsmangelerkrankungen gilt zusätzlich der Erhalt der Leistungsfähigkeit als oberstes Ziel im fortgeschrittenen Alter. Immerhin zeigen Studien, dass die motorischen Fähigkeiten von Trainierten, jenen von 20 Jahre jüngeren Untrainierten entsprechen. Koordination (v.a. Gleichgewicht) sollte dabei mit zunehmenden Alter im Vordergrund stehen. Als positiven Nebeneffekt geht mit der vermehrten Bewegung die Gefahr von Depressionen stark zurück und die Lebensfreude steigt. (Meusel, 1988, S. 23ff)

Aber wo grenzen sich die Begriffe Gesundheit und Fitness voneinander ab?

Röthig (1983, S. 134) schreibt, dass eine klare Abgrenzung der Begriffe Fitness und Gesundheit nicht möglich ist. Vielmehr stehen sie als Synonyme zueinander.

Grupe und Krüger (1990, S. 19) sind hingegen der Meinung, dass Fitness mehr beinhaltet als der Begriff Gesundheit. Fitness symbolisiere zusätzlich Lebenskraft, Stärke und Leistungsfähigkeit.

Während gesunde Menschen nicht fit sein müssen, müssen fitte Personen laut WHO-Definition nicht gesund sein. Eine allgemein gute Leistungsfähigkeit, wie sie von Natur aus als Lebens- und arterhaltendes Prinzip vorgesehen ist, wird als Fitness verstanden. Dadurch kann beispielsweise eine Person mit amputierten Beinen oder Depressionen noch immer als äußerlich fit angesehen werden, wohingegen in diesem Menschen vermutlich kein vollkommenes Wohlbefinden vorherrscht. Diese Person wäre somit nicht als gesund einzustufen. (Schönholzer, 1970, S.9)

Der richtig verstandene Begriff <Fitness> umfasst also eine gute körperliche Leistungsfähigkeit in harmonischer Ausgewogenheit ihrer Elemente: der Muskelkraft, der lokalen und allgemeinen aeroben und anaeroben Kapazität und der psychomotorischen Fähigkeit, natürlich im Rahmen der in der Biologie immer vorhandenen Schwankungsbreite.

(Schönholzer, 1970, S. 10)

Die körperliche Fitness zeigt, wie man sich selbst behandelt. So gibt es Menschen die mit sich selbst nicht zufrieden sind und deshalb ihren Körper stark durch hartes Training und strikte Diäten formen wollen. Andere sehen ihren Körper als Tempel und wollen diesem Gutes tun, indem sie die Seele mit zuckerreichen Nahrungsmitteln beglücken. (Feldges, 1970, S. 58)

Gesundheit und Fitness wird laut Faktorenanalyse von den Menschen unterschiedlich bewertet. Da die Ergebnisse unterschiedlich ausfallen, werden in dieser Arbeit für die Analyse und Auswertung der Ergebnisse die Motive Gesundheit und Fitness getrennt betrachtet.

3.5.6 Ästhetik

Die Beschreibung von ästhetischen Dingen stellt eine Herausforderung für die Wissenschaft dar. Zwar können alle Menschen „schöne“ Sachen, Bewegungen oder Erlebnisse benennen,

diese jedoch nicht mit Zahlen oder Werten verordnen. So sind die Begriffe „schön“ oder „hässlich“ zwar sehr passend und sinnvoll, jedoch erscheinen sie für die Wissenschaft nicht nützlich. (Kutschera, 1998, S. 89)

Fleig (2008, S. 303) beschreibt in ihrem Buch die Koppelung von Sport und dem Begriff Ästhetik durch den Schriftsteller Robert Musil: „Seine Ästhetik des Sports verbindet die Reflexion des Sportgeschehens als Medium der Kulturkritik, das Erlebnis des bewegten Körpers im Sport und die selbstreflexive Verschränkung von Gedanken- und Körperbewegung als mögliche Form essayistischer Erkenntnis.“

Ästhetik ist somit ein Ausdruck beziehungsweise ein Gefühl, welches durch die Bewegung nicht nur im Körper, sondern auch im Geist vereint wird. Es stellt eine bewusste Schönheit der Bewegung und des Körpers dar.

3.5.7 Aktivierung

Unter Aktivierung wird in der Medizin die Steigerung der Schwingungszahl und die Abnahme der Schwingungsweite der Hirnstromkurve (sichtbar im EEG) verstanden. Als Folge dieser neuronalen Veränderungen steigert sich der Aktivitätsgrad eines Menschen. Ausgelöst wird eine solche Aktivierung sowohl durch innere als auch durch äußere Reize. (Leibold, 1988, S. 31)

In dieser Arbeit soll unter Aktivierung der Gewinn neuer Energie und die Anregung des neuronalen Netzwerks als auch des kardiovaskulären Kreislaufs verstanden werden. Es sollen positive Effekte auf das körperliche Wohlbefinden durch das sportliche Handeln entstehen.

Der Effekt der Aktivierung durch Fitnessstraining ist laut Bässler (1997, S. 163) lediglich als leicht einzustufen.

Die Items des Bereichs Aktivierung wurden in der Faktorenanalyse den Motiven Erholung und Ästhetik zugeordnet. Da zu wenige Variablen innerhalb der Ergebnisse das Motiv Aktivierung deutlich widerspiegeln musste dieser Faktor für die Ergebnisanalyse ausgeschlossen werden.

3.5.8 Lifestyle/Identität

Während Sportschuhe und Jogginghosen früher nur während dem Sporttreiben getragen wurden, sind sie heutzutage nicht mehr aus der Alltagsmode wegzudenken. Neben dem damit einhergehenden Komfort nutzt die Mode diesen Aspekt um den Menschen die Möglichkeit zu geben auch in modernen Sportkleidungen ihr Zugehörigkeitsgefühl nach außen zu zeigen. Es sollen damit die positiven Aspekte des Sports wie Leistungsbereitschaft, Wille und Unbekümmertheit der Umgebung jederzeit vermittelt werden. (Bette, 1988, S. 109f)

Mode wird nicht mehr nur am Körper getragen, sondern das gesamte Aussehen und damit der eigene Körper werden heutzutage als Mode betrachtet. Ein sportlicher Mensch will mit seinem Auftreten seine persönliche Identität zum Ausdruck bringen und dabei von Gleichgesinnten erkannt und akzeptiert werden. (Gebauer, 2002, S. 63f)

Identität kann dabei auf verschiedene Weisen interpretiert werden. Einerseits stellt es das Gemeinsame von Objekten, Personen oder Bewusstseinsinhalten dar. Gleichermaßen kann es auch als Nachahmung betrachtet werden für Dinge oder Personen, die als sympathisch oder positiv angesehen werden. (Leibold, 1988, S. 191)

Durch die allgegenwärtige Präsenz der Massenmedien fällt es zusätzlich leichter Gleichgesinnte zu finden. Großen Konzernen gelingt es mit der richtigen Werbestrategie, ihre Produkte dieser Gruppe zu verkaufen. Wenn ein Vorbild oder eine Lifestyle-Ikone einen bestimmten Kleidungsstil oder ein bestimmtes Produkt selbst nutzt, möchten jene die dieser Person nacheifern, sich ebenso darstellen. (Moragas, 2001, S.201f)

3.5.9 Flow

Eine besondere Form der intrinsischen Motivation ist das Flow-Erleben.

Ein Flow-Zustand ergibt sich aus einer optimalen Relation zwischen einer Herausforderung, einer gewissen Tätigkeit und den Fähigkeiten der handelnden Person. Wenn diese beiden Komponenten im Einklang sind, erscheint das Handeln der tätigen Person selbstverständlich und ein Bewegungsfluss von einem Augenblick zum nächsten als natürlich. (Csikszentmihalyi, 2010, S. 59ff)

Über ablaufende Handlungen muss dabei nicht nachgedacht werden. Die Konzentration bleibt von selbst aufrecht und erfolgt ebenso automatisch wie die optimale Atmung. Die Zeit wird vergessen und es fühlt sich an, als ob man Teil der Tätigkeit wäre. Anders gesagt, kommt es zum Verlust von Reflexivität und Selbstbewusstheit. (Rheinberg & Vollmeyer, 2012, S.154)

Das Flow-Erleben beschreibt somit sehr gut, was in vielen Sportarten als „vollkommenes Aufgehen in sich selbst“ verstanden werden kann.

Die Items des Motivs Flow mussten aufgrund der Faktorenanalyse anderen Kategorien zugeordnet werden oder wurden eliminiert.

4 Theoretische Grundlagen zum Fitnesssport

Der Begriff Fitness ist in der modernen Gesellschaft allgegenwärtig. Um zu verstehen von welchen Grundlagen in dieser Arbeit ausgegangen wird, werden in diesem Kapitel der Begriff „Fitness“ und dessen Teilaspekte definiert. Im Anschluss wird die Geschichte und die Entwicklung des Fitnesssports beschrieben. Zuletzt wird ein kurzer Überblick über die Fitnessstudiolandschaft in Österreich gegeben.

4.1 Definition Fitness

Röthig (1983, S.134) bezeichnet Fitness als die Lebenstauglichkeit des Menschen, sowie dessen aktuelle Eignung eine gezielte Handlung auszuführen. Je nachdem welches Ziel diese Person verfolgt, ist der Begriff Fitness also anders zu definieren. Jemand, der seinen Körper in Form halten möchte, besitzt eine andere Fitness als jemand, der trotz größter Ablenkungen seine Konzentration auf eine bestimmte Aufgabe richten kann.

Heutzutage wird der Begriff Sport mit dem Wort Fitness gleichgesetzt. Bässler (1988) sieht dabei die Sehnsucht nach Erfolg, Schönheit und Jugend in den Begriff Fitness integriert, wobei es seiner Meinung nach kein deutschsprachiges Pendant gibt.

Dabei ist Fitness nicht gleich Fitness. Boeckh-Behrens und Buskies (1997, S.15ff) unterscheiden zwischen gesundheitsorientierter Fitness und sportorientierter Fitness. Unter der gesundheitsorientierten Fitness sehen sie sechs Punkte, welche beachtet und bearbeitet werden sollen:

- Aerobe Ausdauer mit mäßiger Anstrengung um das Optimum der positiven Effekte zu nutzen
- Kraftausdauer der großen Muskelgruppe um eine Grundlage für diverse Sportarten zu bilden und als muskulärer Schutz der Knochen und Gelenke
- Optimale Beweglichkeit um körperliche Dysbalancen auszugleichen
- Psychische Entspannungsfähigkeit zur Verbesserung der Widerstandsressourcen gegenüber Stressoren
- Optimale Körperzusammensetzung durch ausgewogene und regelmäßige Mahlzeiten

- Allgemeine Koordinationsfähigkeit zur Vereinfachung der Muskelsteuerung und dem Erlernen ungewohnter Bewegungen

Sportorientierte Fitness geht über jene genannten Punkte hinaus und hat das Ziel die Leistungsmaximierung durch Individualisierung und erhöhte Trainingsreize zu erreichen.

Für den Großteil der Bevölkerung ist eine sportorientierte Fitness nicht erstrebenswert und sollte von Seiten der Fitnessstudios lediglich für Marketing- oder Motivations-Zwecke genutzt werden. Wichtiger ist es die gesundheitsorientierte Fitness, inklusive ihrer Vorteile für das tägliche Leben, zu vermitteln.

Paul Sagitta (1995, S. 14) beschreibt Fitness nicht als absoluten körperlichen Höhepunkt, sondern als jenen Zustand, in welchem das bestmögliche Gleichgewicht zwischen Belastung und Erholung zu finden ist.

„Fitness ist ein ausgewogenes Maß an optimaler – nicht maximaler – Leistungsfähigkeit in allen Komponenten, an Leistungsbereitschaft, Fehlen von Krankheiten, psychischen und sozialem Wohlbefinden, das dem Menschen bewusst ist und ihn zu Leistungen befähigt, die seinen besten persönlichen Möglichkeiten entsprechen. Diese wieder sollen in einem harmonischen Maß an persönlicher und kollektiver Freiheit und Verantwortung erbracht werden.“ (Schönholzer, 1971, S. 13)

Wydra Georg (1996, S. 54) sieht in der Definition von Schönholzer eine sehr weit gefasste Begriffsbestimmung. Er schreibt, dass sich die meisten Arbeiten mit der motorischen Beanspruchungsform der Ausdauer beschäftigen, obwohl Kraft, Schnelligkeit, Beweglichkeit und Koordination ebenso zum Gesamtbild der Fitness gehören. Den Grund dieser Tendenz sieht er in der Einfachheit des methodischen Zugangs zu Ausdauertraining im Vergleich zu anderen Faktoren.

Flicke (2009, S. 34) betont darauf aufbauend, dass in Fitnessstudios dem Schnelligkeitstraining eine untergeordnete Rolle zukommt und darauf wenig bis gar nicht eingegangen wird. Er vermutet deshalb, dass Schnelligkeit die am schwierigsten zu erlernende der konditionellen Fähigkeiten sei.

Bässler (1988) beschrieb das grundlegende Problem der modernen Bevölkerung bereits vor drei Jahrzehnten. Durch die Bewegungsarmut und die körperliche Inaktivität, welche durch den modernen Berufsalltag immer häufiger werden, entstehen immer mehr Zivilisationskrankheiten. Kreislaufbeschwerden, funktionelle Magen-Darm-Beschwerden, Übergewicht und Stress sind deshalb in der modernen Gesellschaft allgegenwärtig.

Dank der körperlichen Anpassungsfähigkeit kann man jedoch (in jedem Alter), in Kombination mit Fitnesstraining, seine Muskulatur aktivieren, wiederaufbauen und dem Trend entgegenwirken. Durch ein angepasstes Fitnesstraining und die richtige Ernährung ist der Mensch in der Lage in jedem Alter fit und gesund zu bleiben. (Rahman & Schwarz, 2011, S. 87)

„Damit trägt der Fitness-Sport auch in höherem Lebensalter zu mehr geistiger und körperlicher Fitness und schließlich zu einer verbesserten Lebensqualität bei.“ (Bässler, 1988)

Im Folgenden wird kurz auf die einzelnen Fitnessbereiche Ausdauer, Kraft, Schnelligkeit, Beweglichkeit und Koordination eingegangen werden. Die Beschreibung, wie die jeweiligen Begriffen zu verstehen sind und deren Bedeutung für den Menschen, stehen dabei im Vordergrund.

4.1.1 Ausdauer

Ausdauer ist unumstritten ein wichtiger Faktor im Fitnesstraining. Durch gezieltes und gesteuertes Training wird das Herz-Kreislauf-System aktiviert, das Immunsystem gestärkt und das Wohlbefinden (zB Verminderung von Stress) verbessert. Neben diesen Vorteilen erfahren auch die Regeneration und die Sauerstoffaufnahme der Muskulatur einen positiven Effekt. (Boeck-Behrens & Buskies, 1996, S. 10f)

Diese hohe Anzahl an Vorteilen und die geringen Voraussetzungen für eine einfache Durchführung zur Verbesserung der Ausdauer sind die Basis für den starken Zuwachs an Lauftreffs und Ausdauer-Wettkämpfen.

Dem Stellenwert von Ausdauer innerhalb der Fitness wird hohe Bedeutsamkeit zugeschrieben. Autoren wie Cotta (1988, S. 39) schreiben beispielsweise, dass Fitness nur über regelmäßige Ausdauerbelastung erreicht werden kann.

4.1.2 Kraft

Krafttraining galt lange Zeit als notwendig um im Leistungssport erfolgreich zu sein. Dass Krafttraining jedoch auch für die breite Masse, und insbesondere in der Rehabilitation wichtig ist, hat sich vermehrt erst in den letzten Jahrzehnten durchgesetzt. (Kieser, 1997, S. 37)

Durch die Nichtbenutzung der Muskulatur beginnt sich diese abzubauen. Nicht nur die Masse wird deutlich reduziert, sondern auch die von den Muskeln erzeugte Kraft sinkt. Durch viel sitzende Tätigkeit verkümmern so für den Alltagsgebrauch auch wichtige Stützmuskeln, welche unter anderem für einen sicheren aufrechten Gang essentiell sind.

Durch gezieltes Krafttraining können diese Muskeln wieder aufgebaut werden und wirken schützend und stützend für das Skelett. Zusätzlich kann Krafttraining auch gegen Beschwerden wie Rückenschmerzen, Verspannungen oder Gelenkschmerzen helfen. Nicht erst im hohen Alter ist dies von Bedeutung, sondern bereits ab dem jungen Erwachsenenalter kann mit geringen Gewichten präventiv trainiert werden. (Boeck-Behrens & Buskies, 1997, S. 36f)

Bei dem Hantieren mit Gewichten ist eine vorhergehende Einschulung besonders wichtig. Zwar kann es durch falsche Körperhaltung bei Ausdauertraining ebenso zu dauerhafter körperlicher Schädigung kommen, jedoch sind die Folgen von falschem Krafttraining wesentlich schwerer und akuter. (Cotta, 1988, S. 315)

4.1.3 Schnelligkeit

Triplett (2012, S. 253) definiert Schnelligkeit als die Fähigkeit eine bestimmte Strecke in möglichst kurzer Zeit zu überwinden.

Der Begriff Schnelligkeit ist dabei jedoch von Sportart zu Sportart unterschiedlich zu deuten. Schnelligkeit im Kraftsport bedeutet beispielsweise etwas anderes als Schnelligkeit beim Skifahren. (Lühnenschloß & Dierks, 2005)

Eine für Fitnessstudios sinnvolle Erklärung bildet auch jene von Hohmann, Lames und Letzelter (2007, S. 86). Sie verstehen unter Schnelligkeit „die Fähigkeit, unter ermüdungsfreien Bedingungen in maximal kurzer Zeit motorisch zu reagieren und/oder zu

agieren.“ Sie stellt somit eine Kombination aus konditionellen und koordinativen Aufgaben dar, welche optimal zusammenarbeiten müssen.

4.1.4 Beweglichkeit

Ohne der aktiven Dehnung der Muskulatur lässt die Beweglichkeit bereits im jungen Alter nach. Durch Stretching-Übungen kann diese Beweglichkeit in jedem Alter verbessert werden, wodurch eine Vergrößerung der Gelenkwinkel möglich ist, was Vorteile in vielen Lebenslagen darstellen kann. Denn durch eine höhere Flexibilität können Muskeln eine größere Kraft erzeugen, das Wohlbefinden wird gestärkt und das Verletzungsrisiko sinkt. (Boeck-Behrens & Buskies, 1997, S. 104f)

4.1.5 Koordination

„Unter Koordination versteht man die Fähigkeit des zentralen Nervensystems, Muskelspannungen sowohl in Höhe als auch in der zeitlichen Länge zu steuern.“ (Kieser, 1997, S. 52)

Durch gezieltes körperliches ganzheitliches Training, indem immer wieder neue Reize gesetzt werden, entstehen im Gehirn neue Synapsen. Diese Verknüpfungen im Gehirn können durch vermehrtes Ansteuern verstärkt werden. Dabei reicht es bekannte Bewegungsmuster leicht abzuändern, um so über längere Zeit leichter zu einer neuen Zielbewegung zu gelangen. Bewegungswiederholungen sollten eine unterschiedlich große Variabilität aufweisen, um darauf aufbauend weitere neue Bewegungen schneller erlernen zu können. (Birklbauer, N.N.)

Ziel des Koordinationstrainings ist es alltägliche Bewegungen als auch sportspezifische Bewegungen einfach und ohne Anstrengung ausüben zu können. Durch eine bessere koordinative Ansteuerung der einzelnen Körpersegmente ist es möglich sowohl Kraft- als auch Ausdauerressourcen zu sparen und sich effizienter zu bewegen. (Kieser, 1997, S. 52f)

4.2 Geschichte und Entwicklung des Fitnesssports

Das alte Ägypten ist für die Sportgeschichte von hoher Bedeutung. Durch eine große Anzahl an Verschriftlichungen und Aufzeichnungen können Rückschlüsse gezogen werden, welche Bedeutung der Sport und die damit einhergehende Fitness der Menschen bereits damals hatte. (Röthig, 1983, S. 18)

Es wurden vor allem Spiele genutzt, um die Geschicklichkeit und die Kraft zu stärken. Entgegen der griechischen und römischen Kultur hatte in Ägypten der Wettkampf wenig Bedeutung. Auch das Streben nach maximalen Leistungen stand nie im Vordergrund. Vielmehr ging es um den Zeitvertreib und den Spaß an der Sache selbst. (Touny & Wenig, 1969, S. 13f)

Nicht nur die Freude an der Bewegung galt als Motiv für Fitnesssport in der Antike. Manche Menschen trainierten bereits explizit ihre Muskeln, um für Kriege oder auch nur für athletische Wettkämpfe fit zu sein. Während die alten Ägypter Sandsäcke als Gewichte verwendeten, nutzten die alten Griechen Steine, Stäbe und Scheiben aus verschiedenen Materialien. (Bässler, 1988)

Im alten Rom stellte der Fitnesssport eine andere Bedeutung für die Gesellschaft dar, als es in Ägypten oder Griechenland der Fall war. Während in Ägypten der Spaß im Vordergrund stand und in Griechenland die Stärkung der Kämpfer, war in Italien die Schönheit des Körpers und dessen Präsentation lange Zeit das wichtigste Merkmal. Frauen waren sehr auf die Pflege des eigenen Körpers bedacht und nutzten dieselben Räume für ihr Training wie Männer. Männer trainierten mitunter ebenso wie die Griechen, um für Kriege bestens gerüstet zu sein. (Lukas, 1982, S.14/S.41)

Ein Blick auf die Verbreitung des römischen Sports in diesem Jahrhundert lässt ein erstaunliches Bild größter Mannigfaltigkeit und intensiver Ausübung erkennen, [...]. An dieser Vielfalt sportlicher Übungen nahmen alle Volksschichten teil. [...] Nach der Arbeitszeit strömte auch das Volk zu den öffentlichen Übungsstätten. Die Begeisterung für den Sport muß auch in den niedrigeren Schichten so groß gewesen sein, dass sich einige

Stimmen warnend über die Überbetonung körperlicher Ausbildung meldeten. (Lukas, 1982, 78f)

Erst durch den Zerfall des Römischen Reiches und dem Wechsel der Regentschaft in Europa, gerieten der Sport und die Fitness der Bevölkerung in Vergessenheit. Erst in der Neuzeit erkannte man wieder die Freude an der Bewegung und den Nutzen daraus.

„Die ersten ‚richtigen‘ Hanteln tauchten erst um 1830 auf. [...] Andere Trainingsgeräte, wie die gewichtsbelastete Schnur, die durch Griffe gezogen wurde, waren im Kommen. [...] Das Training an so genannten ‚Kraftmaschinen‘, die Hebelwirkungen des menschlichen Körpers geschickt nutzen und günstige Muskelaufbaureize bewirken, hat im Zeitalter der Raumfahrt seine Blüte erlebt, und die Popularität nimmt weiter zu.“ (Bässler, 1988)

Hippolyte Triat gilt als Pionier der Kraftsportstudios. Bereits 1833 baute er ein Studio in Lüttich, 1847 eines in Paris. Neben dem Übungsbereich gab es in seinen Studios Ränge und Balkone, von welchen aus den Trainierenden zugeschaut werden konnte. Dies zog vor allem die Pariser Oberschicht an, welche vermutlich auch die einzige war, die sich diesen Luxus leisten konnte. Selbst Napoleon Bonaparte soll entschieden haben dort zu trainieren, wodurch das Interesse der innerhalb der Oberschicht noch weiter angekurbelt wurde. (Paul, 1995, S. 15f)

Ende des 19. Jahrhunderts wuchs abermals das Interesse am menschlichen Körper und dessen Schönheit. Während in Europa Kraftsportler vor allem im Unterhaltungssport tätig waren und mit Zirkussen oder ähnlichem herumreisten, um ihre Kraft zu demonstrieren, interessierte man sich in Amerika vor allem für den Zusammenhang zwischen Körperkraft und Gesundheit. (Schwarzenegger & Dibbons, 1986, S. 24)

Kurz vor 1900 entwickelte der Schwede Dr. Gustav Zander erste Kraftmaschinen und exportierte diese nach ganz Europa. So entstanden erstmals flächendeckend kommerzielle Institute in ganz Europa. Allein in Deutschland sollen bis 1918 rund 80 Zander-Studios

entstanden sein, welche zusätzlich im Zuge von Kuraufenthalten die Menschen anzogen. (Dilger, 2008, S. 60f)

In Deutschland wurde vor allem im Vereinswesen Kraftsport angeboten. Es wurde erkannt, dass muskuläre Kräftigung einzelner Körpersegmente zur Stärkung und Verbesserung turnerischer Bewegungsabfolgen positiv beiträgt. Physiologen und die Medizin nutzten Kraftgeräte oder Widerstandsmaschinen um eine bessere Genesung einzelner Muskelgruppen mit geringen Zusatzgewichten zu beschleunigen. (Dilger, 2008, S.60)

Der Beginn des Bodybuildings und damit auch der Aufschwung der Fitnessszene kann in die 1920er und 30er-Jahre zurückverfolgt werden. Es wurden die gesundheitlichen Vorteile des Krafttrainings erkannt und mit Gewichten auf einen größtmöglichen Muskelzuwachs hingearbeitet. (Schwarzenegger & Dibbons, 1986, S. 32)

Während mit Beginn der Industriellen Revolution Gewichte in alten Lagerhäusern gestemmt wurden sind Fitnessstudios heutzutage wesentlich mehr als reine Krafräume. Sowohl die Betätigung des Körpers als auch des Geistes stehen im Fokus moderner Studios. Trainingsprogramme beinhalten Konzentrations-/Koordinationsübungen und Entspannungskomponenten ebenso wie die altbekannten Kraft- und Ausdauerübungen. (Glück, 2010, S. 6)

In der modernen Gesellschaft ist die Menschheit wenigen Bedrohungen ausgesetzt. Der „zivilisierte“ Mensch benötigt seinen Körper nicht mehr um zu überleben (sei es für die Jagd oder im Kampf), wie es bei seinen Vorfahren der Fall gewesen ist. Auch in der vorindustriellen Zeit waren Menschen von ihren Körpern abhängig. Schwere Arbeiten und charakteristische Tätigkeiten des Zupackens waren in den meisten Berufen alltäglich. (Norden & Schulz, 1988, S. 7)

Durch die Verkürzungen der Arbeitszeiten, das Schrumpfen des Industriesektors und das Anwachsen an Büroarbeitsplätzen im letzten Jahrhundert, entstand eine neue Sportbewegung in der Bevölkerung, welche noch immer wächst.

Während man Anfang bis Mitte des 20. Jahrhunderts meist noch lang und schwer arbeiten musste, wird der Körper heutzutage kaum mehr dafür genutzt, wofür er über die Jahrtausende der Evolution geschaffen wurde. Um den Bedürfnissen des Bewegungsapparats nachzukommen, treiben die Menschen heutzutage während ihrer Freizeit Sport. (Röthig, 1983, S. 139)

Freizeitsport gilt dabei als Sport, welcher nicht aktionsgebunden (zB an Vereine) ist und keinen hohen Organisationsaufwand besitzt. Vor allem Angebote von Fitnessstudios nutzen diesen Aspekt. (Heinz & Beckmann, 2007, S. 179)

Noch immer wird mit dem Begriff Fitnessstudio in Österreich das Bild von Mr. Universe Arnold Schwarzenegger verknüpft. Dieses Bild stammt jedoch noch aus den Anfängen des Fitnesssports.

Bodybuilding, also Sport bei dem die Modellierung des Körpers durch Gewichtstraining im Mittelpunkt steht, wurde ab den 1940er-Jahren in den USA zum Vorreiter der modernen Fitnessszene. (Heinz & Beckmann, 2007, S. 75)

Doch wenn mit dem Wort Bodybuilding heutzutage nur an Muskelberge gedacht wird, beschreiben Schwarzenegger und Dobbins bereits Mitte der 80er-Jahre, dass auch ein gemäßigtes Bodybuilding einen starken Einfluss auf die physische Gesundheit bis ins hohe Alter hat. Der Muskelabbau kann hinausgezögert werden, Schmerzen vorgebeugt oder entgegengewirkt und der Blutdruck gesenkt werden. (Schwarzenegger & Dobbins, 1986, S. 70f)

Zwischen Beginn des Fitnessbooms in den 1970er-Jahren bis in die 90er findet man immer wieder starke Kritiker der immer größeren Anzahl an Fitnessstudios.

Heinemann und Schubert (1990: 23ff) schreiben davon, dass viele gar der Meinung waren, dass Fitnessstudios nur ein kurzer Trend seien und eine kurze Existenzberechtigung hätten. Zusätzlich seien sie nur für männliche Jugendliche aus sozialen Mittelschichten.

Gruppe und Krüger (1990: 15ff) waren der Ansicht, dass die Kommerzialisierung die mit dem Fitnessboom einherging, die Sicht auf das Sporttreiben grundlegend veränderte. Während der Freizeitsport dem Wohl des Körpers galt, sind sie der Meinung, dass durch den Fitnessboom die Menschen ein neues Körperbild bekamen. Die Figur und das Aussehen würden als der wichtigste Aspekt des Lebens dargestellt werden. Ernährung, Kosmetik und eben der Sinn des Sporttreibens selbst, würden zu einem Körperkult führen, welcher weit über das bisher gekannte Ausmaß hinausgeht und die Menschen neuen Zwängen unterwirft.

Über die genaue Anzahl an Fitnessstudios in Deutschland und deren Wachstum gab es einige Zeit keine eindeutige Angabe. Kurz nach 1960 gab es Angaben zwischen 13 und 50 Studios. 1980 nannte der Deutsche Bodybuilding- und Fitnessverband 263 Anlagen in den damaligen neun Bundesländern. (Dilger, 2008, S. 281)

Heute sind bereits mehr als zehn Millionen Deutsche in einem der ca. 8700 Fitnessclubs in Deutschland eingeschrieben. Weltweit sollen bereits über 180.000 Studios existieren. (Statista 2018)

Der Hauptboom im Fitnesssport wurde in den 1970er-Jahren durch die Verknüpfung von Hollywood mit der Fitnessindustrie erreicht. Stars wie Arnold Schwarzenegger oder Jane Fonda bewegten eine ganze Generation und waren die ersten allgemein bekannten Gesichter der Fitnessszene. (Heinz & Heinemann, 2007, S. 169)

Heinemann und Schubert (1990, S. 26f) erkannten, dass Fitnessstudios den Trend der Zeit aufnahmen und den Wünschen der modernen Gesellschaft entsprachen. Sporttreiben im Studio ist wenig regelgebunden, nicht wettkampforientiert und bietet sowohl das Angebot der Animation als auch der Entspannung und der Erholung. Insgesamt bieten sie eine große Anzahl an Alternativen.

Dilger (2008, S. 199f) sieht vor allem das Einbeziehen von Aerobic-Programmen, als großen Clou der modernen Fitnessstudios um Mitglieder zu werben.

„Die ursprüngliche Absicht der Aerobic bestand darin, die oftmals monotonen Trainingsformen des Ausdauersports durch freudbetonte massenwirksame Trainingsmittel zu ergänzen, um weitere Zielgruppen für gesundheitsnotwendige Ausdauerübungen gewinnen zu können. Um die aerobe Kapazität zu verbessern, werden in der Aerobic gymnastische und tänzerische Elemente sowie rhythmisierbare Bewegungsabläufe aneinandergereiht, sodass die für ein dynamisches Ausdauertraining erforderlichen Belastungsparameter erfüllt sind. Der Einsatz populärer Musik wirkt als entscheidendes Medium für die Mobilisierung der Leistungsbereitschaft.“ (Schnabel & Thieß, 1993, S. 35, zit. n. Dilger, 2008, S. 200)

Für Glück (2010, S. 9) ist vor allem die Integration von Wellness in modernen Studios von großer Bedeutung. Kraft- und Cardiobereiche werden hierbei mit Entspannungsmöglichkeiten, Meditationsräumen und Spaß verknüpft.

Vor allem durch die Alterung der Bevölkerung und Veränderungen im Gesundheitswesen bekamen Fitnessstudios mit dem Aufgreifen der Wellness-Bewegung starken Aufwind. (Dilger, 2008, S. 398)

Die Fitnessbranche hat sich in den letzten Jahrzehnten zu einem wichtigen Wirtschaftszweig entwickelt. Der Namenszusatz „Fitness-“ oder „Wellness-“ wird sowohl in der Lebensmittelindustrie, auf Kosmetika, als auch auf Reisen und Hotels verwendet. Dies macht deutlich, dass Fitness heutzutage ein sehr breit gefächertes Begriff ist, welcher mehr als nur einen gut trainierten Körper beinhaltet. (Heinz & Beckmann, 2007, S. 166)

Die FIBO, Messe für Fitness und Bodybuilding, gilt als die erste Fachmesse der Fitnessbranche welche von Jahr zu Jahr wächst. Während sie im Gründungsjahr 1985 auf 5.620 m² verschiedensten Ausstellern Raum bot, sind es heutzutage 160.000 m², welche die internationale Fitnessszene jährlich nach Köln lockt. 2018 besuchten innerhalb von vier Tagen mehr als 143.000 Fitnessinteressierte die größte Fachmesse der Welt. (FIBO 2018)

Die neuesten Trends der Fitnessindustrie findet man dabei in der Kombination mit IT-Programmen oder in der Messung verschiedenster Daten im täglichen Leben und im Sport. Fitness-Tracker, Fitness-Apps oder Online-Video-Channels sind in den letzten Jahren immer populärer geworden.

Auch die Selbstständigkeit von FitnesstrainerInnen wird durch das Internet wie beispielsweise auf www.personalfitness.de oder durch YouTube-Anleitungen immer mehr verstärkt. (Rahman & Schwarz, 2011)

Die aktuellen Trends in Mode und Medizin arbeiten weiter in Richtung Fitness und Gesundheit, was wiederum positive Aussichten für Fitnessstudios darstellt. Dies wird durch die in den letzten Jahren steigende Zahl an FitnessstudionutzerInnen bestätigt. (WKO, 2018)

4.3 Dichte der Fitnessstudios in Österreich

Glück (2010, S. 6) schreibt, dass die Möglichkeiten für sportliche Bewegung im Freien im städtischen Bereich sehr stark eingeschränkt sind. Dadurch sei die Massenbewegung in Richtung Fitnessstudios eine logische Schlussfolgerung.

Allein in Österreich stieg die Anzahl der Fitnessstudios von 750 im Jahr 2005, auf 1.177 im Jahr 2017. Somit war ein Anstieg von 56 % innerhalb von zwölf Jahren zu verzeichnen. (WKO, 2018)

Den Hauptanteil machten 210 Anlagen in Niederösterreich und 193 Studios in Wien aus. Mit 740.00 Mitgliedern wurde insgesamt ein Umsatz von 440 Millionen Euro erzielt. Somit waren knapp 8,6 % der ÖsterreicherInnen in einem Fitnessstudio eingeschrieben. Die durchschnittliche Mitgliedschaft kostete rund 50 Euro und zeigte eine fallende Tendenz. (WKO, 2017)

Mit über 55 % Marktanteil im Jahr 2011 stellen Einzelstudios, welche von maximal zwei Mitarbeitern geführt werden, das größte Segment am Fitnessmarkt dar. Diese bekommen jedoch immer größere Konkurrenz. (Creditreform Wirtschaftsforschung, 2011)

Seit 2010 zeigt sich ein Trend weg von Einzelfitnessstudios hin zu Kettenbetrieben. Dabei werden jene Anlagen als Kette definiert, welche zumindest drei Standorte besitzen und gleichzeitig mehr als 5000 Mitglieder nennen können. Dabei lässt sich ein starker Zuwachs an Franchise-Unternehmen beobachten. Die meisten Standorte, im Sinne eines klassischen Fitnessstudios, bildet dabei Injoy mit 40 Anlagen in ganz Österreich. Die Billig-Ketten FitInn (27 Studios) und McFit/High5 (11) sowie die Premiumanlagen John Harris (10) folgen. Durch die Fokussierung auf eine bestimmte Zielgruppen und die geringere Studiogröße stellt Mrs. Sporty mit 101 Anlagen in ganz Österreich das größte Franchiseunternehmen dar. EMS Station/LifeStyle Ladies bildet mit 88 Standorten, trotz der Schließung von 37 Studios, die am zweit weitesten verbreitete Kette. (WKO, 2016; Creditreform Wirtschaftsforschung, 2011)

Da jedoch noch immer mehr als 65 % der ÖsterreicherInnen noch nie ein Fitnesscenter besucht haben, ist ein weiterhin wachsender Markt zu erwarten. (WKO, 2017)

4.4 Gliederung der Fitnessstudios in Österreich

Die Fitness-Welle hat [...] ihren Beginn (am Anfang der 80-Jahre) in Amerika genommen[...]. Die Fitness-Studios [in Österreich, Anm. d. Verf.] haben sich als Teil der Großstadtkultur zunächst in Wien etabliert, jedoch steigt die Zahl moderner Fitnesscenter auch in den Bundesländern – vorwiegend in den Landeshauptstädten – permanent an. (Bässler, 1988)

Viele Studios versuchen so viele Mitglieder für sich zu gewinnen, wie es ihnen möglich ist. Gleichzeitig gibt es Studios, welche sich durch Exklusivität von den anderen abheben möchten. Wiederum andere spezialisieren sich auf bestimmte Bevölkerungsgruppen. Während es in Europa in den Nischenmärkten vor allem viele Frauenfitnessstudios gibt, existieren in New York, Chicago und Miami bereits Studios, welche sich auf junge Partygänger konzentrieren. Das Ambiente und die Musik sind auf diese Klientel angepasst und werden in der Nacht teilweise sogar zu Nachtclubs umfunktioniert. (Glück, 2010, S. 10)

„Ein Studio ist nur so gut wie die Trainingsgeräte, die Sie dort vorfinden, die Atmosphäre, in der Sie trainieren, und die Leute, die das Studio mit Ihnen besuchen und dazu beitragen, diese Atmosphäre zu schaffen.“ (Schwarzenegger & Dibbons, 1986, S. 88)

Für die Errichtung eines Low-Budget Studios ist laut Glück (2010, S. 9) nicht viel notwendig. Ein großer Raum oder eine Halle mit unzähligen Fitnessgeräten, ein paar Spiegel und Duschen, und das Niedrig-Preissegment-Studio kann bereits eröffnet werden.

Für zahlungskräftiges Publikum werden Ausstattungen wie Sauna, Schwimmbekken, Solarium, Restaurants und maßgeschneiderte Trainingspläne in den Premium-Studios angeboten. (Bässler, 1988)

Kommerzielle Fitnessanbieter haben die Wünsche der Bevölkerung im Vergleich zu Sportvereinen besser erkannt. Auf vielfältige Art und Weise wird Fitness 24 Stunden am Tag von verschiedensten Unternehmen angeboten. Kombiniert werden diese Studios meist mit Solarien, Wellnessbereichen (Sauna, Dampfbad, Whirlpool, Massage), Ärzten und Restaurants oder Bars. Es soll damit ein komplettes Programm geboten werden, welches zum Abschalten nach einem hektischen und anstrengenden Arbeitstag dient. (Schulz & Allmer, 1988, S. 128)

Zur Unterscheidung der verschiedenen Studios gibt es unterschiedliche Möglichkeiten. Neben der Größe, dem Angebot und der personellen Besetzung, wird häufig auch nach den Kosten unterteilt.

Bei Preisen von € 19,90 bis € 40,- bieten Billig-Studios, aufgrund des hohen Konkurrenzkampfs, ein immer besseres Angebot an. Es ist anzunehmen, dass die niedrigen Studiopreise lediglich deshalb angeboten werden können, weil über eine hohe Mitgliederzahl bei gleichzeitig geringem Personal, die geringen Kosten direkt an den Kunden vermittelt werden können. Zusätzliche Angebote wie Duschen, Solarienbenutzung oder Getränke sind jedoch extra zu bezahlen. (WKO, 2017)

Im mittleren Preissegment besteht der größte Unterschied bei den Studios. Hierbei variieren die Preise zwischen € 40,- und € 100,-. Eine einheitliche Beschreibung dieser Studios ist sehr schwierig, da sie sowohl in punkto Preisen, Angebot als auch Konzept stark variieren. Die bekanntesten Ketten innerhalb Wiens sind hierbei Club Danube, Shinergy und Injoy. Meistens sind die Preise in diesen Studios stark davon abhängig, welche Angebote genutzt werden. Dabei bieten diese Studios häufig ein großes Programm, welches die Kundin oder der Kunde je nach individuellen Wünschen zusammenstellen kann. Laut einer Marktstudie von Deloitte aus dem Jahr 2011 hält dieses Medium-Segment, trotz verstärktem Zustrom zu Billig- und Premiumanbietern, den größten Anteil an Mitgliedschaften. (Creditreform Wirtschaftsforschung, 2011)

Im Premiumsegment stellen je nach Landeshauptstadt verschiedene Anbieter den Marktführer. In Wien sind dies die Studios Holmes Place, John Harris, Manhattan Fitness und Stars Fitness. Sie bieten Konzepte, die einer umfassenden Definition des Fitnessbegriffs entsprechen. Neben Kraft- und Ausdauerbereichen stehen Koordination, Entspannung und Wellness in einem gut kombinierten Gesamtpaket zur Verfügung. Die Preise variieren hier ebenfalls, beginnen bei rund €100,- und sind je nach Wünschen der meist gehobenen Klientel nach oben offen. Das Premiumsegment deckt dabei einen Marktanteil von lediglich sechs Prozent ab. (WKO, 2017)

Des Weiteren bildeten sich im letzten Jahrzehnt viele spezialisierte Fitnessstudios, welche Marktnischen bedienen. Neben Crossfit-Boxen, Frauenfitnessstudios und EMS-Training, gibt es viele weitere Angebote, welche zwar dem mittleren Fitnesssegment zuzuschreiben sind, durch ihr Angebot jedoch sehr spezialisiert auftreten und somit eine Sonderstellung einnehmen. (Bárci, 2012, 28)

Der Obmann des WKÖ-Fachverbandes für Freizeit- & Sportbetriebe KommR. Gerhard Span sieht in dieser Spezialisierung einen gesellschaftlichen Trend. Immerhin nehmen diese Studios bereits 31 % des Marktanteils ein. (WKO, 2017)

5 Forschungsdesign

Aufbauend auf der Frage welche Motive Menschen haben, um in Österreich ins Fitnessstudio zu gehen, wurden Forschungsfragen entwickelt und weiterführend Forschungshypothesen erstellt. Zur Überprüfung dieser Hypothesen wurden Daten im Rahmen einer österreichweiten Online-Befragung generiert.

Die gewonnenen Daten wurden mittels explorativer Faktorenanalyse analysiert und passende Kategorien gebildet.

Die Wissenschaftlichkeit wurde mit Hilfe der wichtigsten Gütekriterien überprüft.

5.1 Forschungsfrage

Die vorliegende Arbeit untersucht welche demographischen Faktoren (Alter, Geschlecht, Einkommen, etc.) eine Auswirkung auf Motive für Fitnessstudiobesuche haben. Zum besseren Verständnis wurden Unterfragen erstellt, auf welchen die Forschungshypothesen aufbauen. Um die Zusammenhänge zu erkennen, wurden in Tabelle 1 die Unterfragen passend zu den jeweiligen Forschungsfragen aufgelistet.

Es ergaben sich vier demographische Faktoren, welche in der Arbeit auf Unterschiede und Zusammenhänge untersucht werden. Neben dem Geschlecht und dem Alter, wurden Bildung & Einkommen als auch die Trainingshäufigkeit als Grundlage für die Hypothesenerstellung herangezogen.

Unter dem Punkt Bildung & Einkommen wird angenommen, dass mit höherem Bildungsniveau auch ein höheres Einkommen einhergeht. Ebenso ist es erst durch ein hohes Einkommen möglich hohe Ausgaben für den Besuch eines Fitnessstudios tätigen zu können. Darüber hinaus wird angenommen, dass mit höherem Bildungsgrad auch die sportliche Betätigung steigt. Deshalb wird zuletzt untersucht, ob es Motivunterschiede zwischen reinen FitnesssportlerInnen und FitnessstudionutzerInnen, welche weitere Sportarten ausüben, gibt.

Tabelle 1: *Forschungsfragen*

Demographischer Faktor	Forschungsfrage	Unterfragen
Geschlecht	Haben Frauen andere Gründe für den Besuch eines Fitnessstudios als Männer?	Unterscheiden sich die Motive im Fitnessstudio zwischen Männern und Frauen?
Alter	Verändert sich mit dem Alter das Motiv in einem Fitnessstudio eingeschrieben zu sein?	Unterscheiden sich die Motive nach Altersgruppen? Gibt es einen Zusammenhang zwischen den Motiven und dem Alter der TeilnehmerInnen?
Bildung & Einkommen	Haben höher gebildete Menschen andere Motive ins Fitnessstudio zu gehen als Personen mit geringer Bildung? Spielen das Einkommen oder die Ausgaben für Fitnessstudios eine Rolle bei den Gründen für den Besuch eines Fitnessstudios?	Unterscheiden sich die Motive nach der höchsten abgeschlossenen Ausbildung? Unterscheiden sich die Motive nach der Höhe des Einkommens? Gibt es einen Zusammenhang zwischen den Motiven und den monatlichen Ausgaben für ein Fitnessstudio (inklusive Personal TrainerIn)? Gibt es bei den Motiven einen Unterschied zwischen reinen FitnessstudionutzerInnen und jenen die nebenbei auch andere Sportarten ausüben?
Trainingshäufigkeit	Verändern sich die Motive, wenn FitnessstudiobesucherInnen häufiger oder länger trainieren?	Gibt es einen Zusammenhang zwischen den Motiven und der Fitnessstudioerfahrung gezählt in Jahren? Gibt es einen Zusammenhang zwischen den Motiven und der Trainingshäufigkeit innerhalb eines Jahres, gezählt in Monaten? Gibt es einen Zusammenhang zwischen den Motiven und den Trainingseinheiten pro Woche? Gibt es einen Zusammenhang zwischen den Motiven und der Länge einer Trainingseinheit in Minuten?

5.2 Forschungshypothesen

Aufbauend auf den erstellten Unterfragen werden in diesem Kapitel die Forschungshypothesen genannt. Hierbei werden Unterschiedshypothesen und Zusammenhangshypothesen unterschieden.

Unterschiedshypothesen

Unterscheiden sich die Motive im Fitnessstudio zwischen Männern und Frauen?

H0₁: Die Motive im Fitnessstudio unterscheiden sich nicht signifikant zwischen Männern und Frauen.

Unterscheiden sich die Motive nach Altersgruppen?

H0₂: Die Motive im Fitnessstudio unterscheiden sich nicht signifikant zwischen den Altersgruppen der bis 29,9-jährigen, der 30-50-jährigen und der über 50-jährigen.

Gibt es bei den Motiven einen Unterschied zwischen reinen FitnessstudionutzerInnen und jenen die nebenbei auch andere Sportarten ausüben?

H0₃: Die Motive für den Besuch eines Fitnessstudios unterscheiden sich nicht signifikant bei Menschen die regelmäßig zusätzlich andere Sportarten ausüben, im Gegensatz zu jenen die keine weitere Sportart ausüben.

Unterscheiden sich die Motive nach der Höhe des Einkommens?

H0₄: Die Motive im Fitnessstudio unterscheiden sich nicht signifikant nach der Höhe des Einkommens.

Unterscheiden sich die Motive nach der höchsten abgeschlossenen Ausbildung?

H0₅: Die Motive im Fitnessstudio unterscheiden sich nicht signifikant nach der höchsten abgeschlossenen Ausbildung.

Zusammenhangshypothesen

Gibt es einen Zusammenhang zwischen den Motiven und dem Alter der Teilnehmer/innen?

H0₆: Es gibt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den Motiven und dem Alter der Menschen in Fitnessstudios.

Gibt es einen Zusammenhang zwischen den Motiven und den monatlichen Ausgaben für ein Fitnessstudio (inklusive Personal TrainerIn)?

H0₇: Es gibt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den Motiven und den monatlichen Ausgaben für ein Fitnessstudio (inklusive Personal TrainerIn).

Gibt es einen Zusammenhang zwischen den Motiven und der Fitnessstudioerfahrung gezählt in Jahren?

H0₈: Es gibt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den Motiven und der Trainingserfahrung gezählt in Jahren.

Gibt es einen Zusammenhang zwischen den Motiven und der Trainingshäufigkeit innerhalb eines Jahres, gezählt in Monaten?

H0₉: Es gibt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den Motiven und der Trainingshäufigkeit im Jahr, gezählt in Monaten.

Gibt es einen Zusammenhang zwischen den Motiven und den Trainingseinheiten pro Woche?

H0₁₀: Es gibt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den Motiven und den Trainingseinheiten pro Woche.

Gibt es einen Zusammenhang zwischen den Motiven und der Länge einer Trainingseinheit in Minuten?

H0₁₁: Es gibt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den Motiven und der Länge einer Trainingseinheit in Minuten

5.3 Aufbau des Fragebogens

Bei der Erstellung des Fragebogens galten jene Bereiche und Items als Grundlage, welche im Berner Motiv- und Zielinventar ausgearbeitet wurden. Da dieser Fragebogen ebenso wie der des BMZI für den Freizeit- und Gesundheitssport ausgelegt ist, bot sich eine direkte Übernahme der bereits ausgearbeiteten Items an. Zusätzlich wurden weitere Items hinzugefügt, welche die jeweiligen Bereiche besser abstecken sollten oder an Fitnessstudios angepasst wurden.

Zwei weitere Motive wurden hinzugefügt. Durch das sehr kontrollierte Training in Fitnessstudios stellte sich die Frage, ob das Entstehen eines „Flow“-Zustands überhaupt erreicht wird, weshalb fünf Items zu diesem Bereich erarbeitet wurden.

Als zweiter Bereich wurde „Lifestyle/Identität“ hinzugefügt. Hierbei wurde die zunehmende Vermarktung der Fitnesskultur in Mode und Ernährung einbezogen, und gleichzeitig auf die Individualisierungsmöglichkeit durch Fitnessstudios eingegangen.

Auf den folgenden Seiten werden die abgefragten Items zu den zugehörigen Bereichen aufgelistet:

Tabelle 2: *BMZI und erweiterte Items*

...um Ärger und Gereiztheit abzubauen.	BMZI	Ablenkung/ Katharsis
...weil ich mich so von anderen Problemen ablenke.	BMZI	
...um Stress abzubauen.	BMZI	
...um meine Gedanken im Kopf zu ordnen.	BMZI	
...als Ausgleich zu meinen täglichen Aufgaben (Beruf, Studium, Hausarbeit, etc.).	Neu	
...um mich zu entspannen.	BMZI	Aktivierung
...vor allem aus Freude an der Bewegung.	BMZI	
...um neue Energie zu tanken.	BMZI	
...weil es mir Freude bereitet, die Schönheit der menschlichen Bewegungen im Sport zu erleben.	BMZI	Ästhetik
...weil mir Sport die Möglichkeit für schöne Bewegungen bietet.	BMZI	
...um abzunehmen.	BMZI	Figur/ Aussehen
...um mein Gewicht zu regulieren.	BMZI	
...wegen meiner Figur.	BMZI	
...um stärker zu werden.	Neu	
...um Muskelmasse aufzubauen (größere Muskeln).	Neu	

...um mich in körperlich guter Verfassung zu halten.	BMZI	Gesundheit/ Fitness
...vor allem um fit zu sein.	BMZI	
...vor allem aus gesundheitlichen Gründen.	BMZI	
... um Verletzungen, Krankheiten, Schmerzen vorzubeugen.	Neu	
...um körperlichen Beschwerden entgegen zu wirken.	Neu	
...um bis ins hohe Alter fit zu sein.	Neu	
...um mit anderen gesellig zusammen zu sein.	BMZI	Kontakt
...um etwas in einer Gruppe zu unternehmen.	BMZI	
...um dabei Freunde/Bekannte zu treffen.	BMZI	
...um dadurch Menschen kennenzulernen.	BMZI	
...um durch den Sport neue Freunde zu gewinnen.	BMZI	
...wegen der sozialen Atmosphäre unter Fitnessstudiomitgliedern.	Neu	
...weil Frauen und Männer gemeinsam das Studio besuchen können.	Neu	Wettkampf/ Leistung
...um Anerkennung anderer Personen zu bekommen.	Neu	
...um mich mit anderen zu messen.	BMZI	
...weil ich im Wettkampf aufblühe.	BMZI	
...um sportliche Ziele zu erreichen.	BMZI	
...wegen des Nervenkitzels.	BMZI	
... um meine körperlichen Grenzen zu erkunden.	Neu	Flow
...weil ich es liebe mich völlig auszupowern.	Neu	
...um mich in einer anderen Sportart zu verbessern.	Neu	
...um in einen Zustand zu kommen in dem alles herum keine Rolle spielt.	Neu	
... wegen dem Glücksgefühl während dem Training/Fitnesssport.	Neu	
...weil dabei nur der Moment zählt und meine Gedanken voll auf die Aktivität fokussiert sind.	Neu	
...um dem Alltag zu entfliehen.	Neu	Lifestyle/ Identität
...weil dabei meine Fähigkeiten mit den Anforderungen im Einklang sind.	Neu	
...weil ich dabei meinen persönlichen Style/Stil zeigen kann.	Neu	
...weil ich mich von der Masse unterscheiden möchte.	Neu	
...weil ich mich gerne präsentiere.	Neu	
...wegen des Fitness-Lifestyles.	Neu	
...um den Lifestyle meines Idols näher zu kommen.	Neu	

Mit Hilfe der Online-Plattform Limesurvey wurde ein Fragebogen erstellt welcher diese Motive, die soziographischen Daten und weitere Informationen abfragt.

Da Magdalena Liss ein ähnliches Thema („Motive in angeleiteten Gruppenkursen“) bearbeitete und sich unsere Stichproben überschneiden, wurde ein gemeinsamer Fragebogen entwickelt. Durch eine hohe Anzahl an Verknüpfungen und Bedingungen wurde die Abfrage so gestaltet, dass die Befragten möglichst wenige Fragestellungen vorgelegt bekommen, gleichzeitig jedoch für beide Untersuchungen alle erforderlichen Informationen gewonnen werden.

Der Fragebogen unterteilte sich in folgende Abschnitte:

1. Persönliche Daten
2. Ausübung der Sportart
3. Motive
4. Motive Fitnessstudio (optional)
5. Motive Fitnesskurse (optional)
6. Motive (2)
7. Andere Sportarten
8. Feedback

Die Punkte Motive Fitnessstudio und Motive Fitnesskurse wurden nur jenen Befragten angezeigt, welche bestimmte Antworten innerhalb der Kategorie „Ausübung der Sportart“ auswählten.

Im Abschnitt 6 wurde analysiert, ob bestimmte Items oder Motive nicht abgefragt wurden. Gleichzeitig bekamen die Befragten die Möglichkeit weitere Items zu nennen.

Als Abschluss wurde ein Link zur Verfügung gestellt, welcher den Befragten die Möglichkeit gab, eine Mailadresse zu hinterlassen um eine Zusammenfassung der Ergebnisse, nach dem Ende der Auswertung, zu erhalten. Diese Zusammenfassung wurde an 125 Mailadressen versandt.

Um zum Fragebogen zu gelangen, musste man folgende Internetseite aufrufen:

<http://homepage.univie.ac.at/clemens.ley/limesurvey/index.php/534289/lang-de>

jährlich genutzten Monate und die wöchentliche Besuchszahl angegeben werden. Neben der Angabe der durchschnittlichen Besuchsdauer, wurden weiters noch die Angebote der Fitnessstudios und deren tatsächliche Nutzung abgefragt.

Im Hauptteil des Fragebogens wurden 46 Items abgefragt, um Angaben über die neun Motive zu erhalten. Um die Motive für den Besuch eines Fitnessstudios abzufragen, wurde die oben genannte Itemliste per Zufallsgenerator durchgemischt. Somit erhielt jede und jeder Befragte eine andere Item-Reihenfolge. Zunächst wurden die Items des BMZI abgefragt. Im Anschluss erfolgte unter „Motive Fitnessstudio“ die Abfrage der neu erstellten Items. Die FitnessstudionutzerInnen wurden gebeten, auf einer Skala zwischen „1 = trifft gar nicht zu“ und „5 = trifft völlig zu“ zu wählen.

Die Items der Kategorie „Motive Fitnesskurse“ wurden lediglich GruppenstundennutzerInnen vorgelegt. Da diese Ergebnisse für die Arbeit von Magdalena Liss abgefragt wurden, für die vorliegende Arbeit jedoch nicht relevant sind, werden sie nicht weiter beachtet und aus der Analyse ausgeschlossen.

Nach der Abfrage ob weitere Sportarten ausgeübt werden, wurden die Befragten noch um Feedback zum Fragebogen geboten.

5.4 Stichprobenumfang und Datenerhebung

Die Untersuchung erfolgte als quantitative Forschung. Die Grundgesamtheit für die Untersuchung bildeten die 740.000 in Österreich eingeschriebenen Mitglieder in Fitnessstudios. Da jede Altersschicht und sowohl Frauen als auch Männer in die Untersuchung eingeschlossen werden sollten, galt es die Grundgesamtheit zur Berechnung des Stichprobenumfangs heranzuziehen, weshalb ein hohes Sample an Rückläufen erwartet wurde.

Um eine möglichst große Stichprobenanzahl zu erreichen, wurde der Link zum Fragebogen mit Hilfe von E-Mails an 40 verschiedene Fitnessstudios in allen Landeshauptstädten Österreichs, Postings auf Facebook-Seiten und durch einen Link im Mail-Newsletter der Studios „Manhattan Fitness“ verteilt. Weiters wurden Flyer vorbereitet und in Fitnessstudios in Wien und Niederösterreich aufgelegt. Zuletzt wurden für die breitere Verteilung Bekannte

welche im Fitnesssektor arbeiten gebeten, den Link/die Umfrage auch in anderen Fitnessstudios zu promoten.

Der Fragebogen war von 24. Juli 2017 bis 31. Dezember 2017 online zur Beantwortung freigeschaltet. Die meisten Rückläufe entstanden dabei innerhalb des ersten Monats. Im Anschluss konnten trotz intensiver Bemühungen zu weiteren Antworten nur mehr geringe Erfolge erzielt werden. Insgesamt wurden 485 Befragungen begonnen und 440 beendet, was einem Anteil von 90,72 % entspricht.

Leider gaben acht Personen in ihren Fragebögen an, ein Fitnessstudio außerhalb Österreichs zu besuchen. Nachdem diese Arbeit dem Zweck dient, die Motive in österreichischen Fitnessstudios herauszufinden, mussten diese acht Antworten gestrichen werden. So ergibt sich ein absoluter Wert an gültigen Fragebögen von 432.

5.5 Faktorenanalyse

Die Faktorenanalyse ist ein Verfahren, das eine größere Anzahl von Variablen anhand der gegebenen Fälle auf eine kleinere Anzahl unabhängiger Einflussgrößen, Faktoren genannt, zurückführt. Dabei werden diejenigen Variablen, die untereinander stark korrelieren, zu einem Faktor zusammengefasst. [...] Ziel der Faktorenanalyse ist es also, solche Faktoren zu ermitteln, welche die beobachteten Zusammenhänge zwischen den gegebenen Variablen möglichst vollständig erklären. (Bühl, 2016, S.599)

Um die Ergebnisse der Faktorenanalyse zu überprüfen wurde eine Reliabilitätsanalyse durchgeführt. Diese dient dazu festzustellen, wie gut die einzelnen Items in den zugeordneten Faktor passen. Hierbei wurde die Methode nach Cronbach's-Alpha gewählt. (Bühl, 2016, S.589)

Zunächst wurden die Items welche aus dem BMZI übernommen wurden, mittels Varimax-Rotation überprüft. Im Anschluss werden alle abgefragten Variablen herangezogen.

5.5.1 Überprüfung BMZI-Items

Zunächst wurden die 24 Items des BMZI herangezogen und mittels explorativer Faktorenanalyse überprüft. Dabei galt es einen Itemwert in einer Kategorie von über 0,5 zu erreichen. Wenn dies nicht der Fall war, so musste dieses Item genauer überprüft werden, möglicherweise einer anderen Kategorie zugeordnet oder sogar eliminiert werden.

Tabelle 3: *Faktorenanalyse BMZI-Items*

Rotierte Komponentenmatrix						
	1	2	3	4	5	6
... um mit anderen gesellig zusammen zu sein.	,872					
... um dabei Freunde / Bekannte zu treffen.	,837					
... um dadurch Menschen kennen zu lernen.	,786					
... um durch den Sport neue Freunde zu gewinnen.	,784					
... um etwas in einer Gruppe zu unternehmen.	,766					
... um Stress abzubauen.		,833				
... um Ärger und Gereiztheit abzubauen.		,832				
... um meine Gedanken im Kopf zu ordnen.		,783				
... weil ich mich so von anderen Problemen ablenke.		,748				
... um mich zu entspannen.		,590		,444		
... weil ich im Wettkampf aufblühe.			,809			
... um mich mit anderen zu messen.			,770			
... um sportliche Ziele zu erreichen.			,631			
... wegen des Nervenkitzels.			,612			
... vor allem aus gesundheitlichen Gründen.			-,406			

... weil es mir Freude bereitet, die Schönheit der menschlichen Bewegung im Sport zu erleben.				,796		
... weil mir Sport die Möglichkeit für schöne Bewegungen bietet.				,765		
... vor allem aus Freude an der Bewegung.				,606		,428
... um neue Energie zu tanken.				,482		,435
... um mein Gewicht zu regulieren.					,896	
... um abzunehmen.					,885	
... wegen meiner Figur.					,754	
... vor allem um fit zu sein.						,861
... um mich in körperlich guter Verfassung zu halten.						,852

Wie in Tabelle 3 erkennbar, wurden 6 Faktoren gebildet, welche 68 % der Variablen zusammenhängend erklären. Dabei ist zu erkennen, dass die Items teilweise anders zugeordnet wurden, als dies bei Lehnert, Sudeck und Conzelmann der Fall war. Bei genauerer Betrachtung ist zu erkennen, dass die Items der Kategorie Aktivierung aufgeteilt wurden. So fällt das Item „...um mich zu entspannen.“ nun mit jenen Items des Faktors Ablenkung/Katharsis zusammen, weshalb ein neuer Faktor Erholung gebildet werden kann. Zusätzlich werden die beiden Items „...vor allem aus Freude an der Bewegung.“ und „...um neue Energie zu tanken.“ nun dem Faktor Ästhetik zugeordnet. Hierbei bedarf das Item „...um neue Energie zu tanken.“ mit einem Wert von 0,482 einer genaueren Untersuchung. Durch die Durchführung der Reliabilitätsanalyse zeigt sich, dass die korrigierte Item-Skala-Korrelation dieser Variablen zwar als lediglich einen Wert von 0,495 aufweist und somit knapp unter dem Grenzwert von 0,5 liegt, der Cronbach's-Alpha-Wert ohne dieses Item für den Faktor Ästhetik jedoch absinken würde. Aus diesem Grund wird dieses Item beibehalten.

Die Variable „...vor allem aus gesundheitlichen Gründen.“ wird hingegen verworfen, da sie mit einem Wert von -0,402 negativ mit dem Faktor 3 (Wettkampf/Leistung) korreliert und keinem anderen Faktor zuordenbar ist.

Zuletzt werden die beiden Bereiche Gesundheit/Fitness und Figur/Aussehen bestätigt.

Diese vorgeschlagenen Kategorien wurden auf interne Konsistenz überprüft und der α -Cronbach-Wert berechnet. Die Ergebnisse sind in Tabelle 4 aufgelistet.

Mit Werten zwischen 0,747 und 0,890 werden sehr akzeptable bis gute Korrelationen erzielt, weshalb diese Faktoreneinteilungen als sinnvoll erscheint. Somit unterscheiden sich die Ergebnisse zwar von jenen von Lehnert et.al. (2011), stimmen aber beispielsweise mit den Ergebnissen von Böck (2017, S. 37) überein.

Tabelle 4: *Relibilitätsanalyse BMZI*

Faktor	Bezeichnung	Cronbach's-Alpha	Anzahl der Items
1	Kontakt	0,890	5
2	Erholung	0,855	5
3	Wettkampf/Leistung	0,747	4
4	Ästhetik	0,755	4
5	Figur/Aussehen	0,828	3
6	Gesundheit/Fitness	0,815	2

5.5.2 Überprüfung aller Motivitems

Nachdem die Items des BMZI einzeln überprüft wurden, galt es im Anschluss alle abgefragten Items auf dieselbe Art und Weise zu analysieren. Dazu wurde abermals eine explorative Faktorenanalyse mit den 46 Items durchgeführt. Es wurde angenommen, dass zusätzlich zu den 7 Items des BMZI noch zusätzlich die beiden Items Lifestyle und Flow abgefragt werden.

Die erste Faktorenanalyse ergab eine Einteilung der 46 Items in 9 Faktoren, welche 66 % der Variablen erklärten. Zunächst wurden die Faktorladungen betrachtet und jene mit einem Wert von unter 0,5 oder mehreren Zuordnungen mit ähnlichen Werten genauer untersucht. Da für die Items „...weil ich es liebe mich völlig auszupowern.“ und „...weil Frauen und Männer gemeinsam das Studio besuchen können.“ die Faktorenwerte unter 0,5 lagen und

gleichzeitig negative Auswirkungen auf den Cronbach's-Alpha-Wert der jeweiligen Faktoren hatten, wurden diese im ersten Schritt eliminiert.

Im zweiten Rechengang ergab die explorative Faktorenanalyse abermals eine Einteilung in 9 Faktoren, wobei diesmal 67 % der Variablen damit erklärt wurden. Bei Betrachtung der Ergebnisse mussten vier Items analysiert werden. Die Variablen „...wegen dem Glücksgefühl während dem Training/Fitnesssport.“, „...um neue Energie zu tanken.“ und „...um meine körperlichen Grenzen zu erkunden.“ wiesen bei der Faktorenanalyse keine eindeutigen Zuordnungen auf, zeigten bei der Reliabilitätsanalyse aber eindeutige Zugehörigkeiten. Das Item „...um bis ins hohe Alter fit zu sein.“ zeigte innerhalb der Faktorenanalyse mit einem Wert von 0,538 zwar eine Zugehörigkeit zu Faktor 7, gleichzeitig mit 0,499 aber auch eine Zugehörigkeit zu Faktor 6. Auch bei Betrachtung der Ergebnisse der Reliabilitätsanalyse war keine eindeutige Zuordnung erkennbar, weshalb dieses Items eliminiert wurde.

Bei der dritten und letzten Faktorenanalyse wiesen 9 Faktoren eine Erklärung für 67,3% der Variablen auf. Lediglich das Item „...um meine körperlichen Grenzen zu erkunden“ zeigte keine eindeutige Zuweisung, weshalb abermals eine Reliabilitätsanalyse durchgeführt wurde. Diese ergab eine Zugehörigkeit zu Faktor 5, mit einer korrigierten Item-Skala-Korrelation von 0,563.

In Tabelle 5 wird folgend das Ergebnis der Faktorenanalyse und der darauffolgenden Reliabilitätsanalyse aufgelistet.

Tabelle 5: *Ergebnis Faktorenanalyse alle Items*

Faktor	Variablen/Items Ich trainiere, ...	Cronbach's Alpha
Erholung	... um Stress abzubauen.	0,909
	... um Ärger und Gereiztheit abzubauen.	
	... um meine Gedanken im Kopf zu ordnen.	
	... weil ich mich so von anderen Problemen ablenke.	
	... um dem Alltag zu entfliehen.	
	... als Ausgleich zu meinen täglichen Aufgaben (Beruf, Studium, Hausarbeit, etc.).	
	... um in einen Zustand zu kommen in dem alles herum keine Rolle spielt.	
	... weil dabei nur der Moment zählt und meine Gedanken voll auf die Aktivität fokussiert sind.	
	... um mich zu entspannen.	
	... wegen dem Glücksgefühl während dem Training/Fitnesssport.	

Kontakt	... um mit anderen gesellig zusammen zu sein.	0,906
	... um dabei Freunde / Bekannte zu treffen.	
	... wegen der sozialen Atmosphäre unter den Fitnessstudio- mitgliedern.	
	... um dadurch Menschen kennen zu lernen.	
	... um durch den Sport neue Freunde zu gewinnen.	
	... um etwas in einer Gruppe zu unternehmen.	
Lifestyle	... wegen des Fitness-Lifestyles.	0,884
	... weil ich mich gerne präsentiere.	
	... weil ich mich von der Masse unterscheiden möchte.	
	... weil ich dabei meinen persönlichen Style/Stil zeigen kann.	
	... um Anerkennung anderer Personen zu bekommen.	
	... um dem Lifestyles meines Idols näher zu kommen.	
Ästhetik	... weil es mir Freude bereitet, die Schönheit der menschlichen Bewegung im Sport zu erleben.	0,789
	... weil mir Sport die Möglichkeit für schöne Bewegungen bietet.	
	... vor allem aus Freude an der Bewegung.	
	... weil dabei meine Fähigkeiten mit den Anforderungen im Einklang sind.	
	... um neue Energie zu tanken.	
Wettkampf/ Leistung	... weil ich im Wettkampf aufblühe.	0,794
	... um mich mit anderen zu messen.	
	... wegen des Nervenkitzels.	
	... um mich in einer anderen Sportart zu verbessern.	
	... um sportliche Ziele zu erreichen.	
	... um meine körperlichen Grenzen zu erkunden.	
Gesundheit	... um körperlichen Beschwerden entgegen zu wirken.	0,806
	... um Verletzungen, Krankheiten, Schmerzen vorzubeugen.	
	... vor allem aus gesundheitlichen Gründen.	
Figur	... um mein Gewicht zu regulieren.	0,828
	... um abzunehmen.	
	... wegen meiner Figur.	
Body- building	... um Muskelmasse aufzubauen (größere Muskeln).	0,726
	... um stärker zu werden.	
Fitness	... vor allem um fit zu sein.	0,815
	... um mich in körperlich guter Verfassung zu halten.	

Gegenüber den 9 im Vorhinein angenommenen Bereichen, zeigen sich starke Abweichungen. Die Bereiche Aktivierung und Ablenkung/Katharsis wurden zusammengefasst und sind nun als Erholung definiert. Gleichzeitig wurde das Motiv Flow aufgelöst und ebenfalls zu großen Teilen dem Faktor Erholung zugeordnet.

Von den 8 Items des Bereiches Kontakt verbleiben nach der Faktorrotation 6 Variablen. Während die Variable „...weil Frauen und Männer gemeinsam das Studio besuchen

können.“ aus den Berechnungen herausfiel, wurde das Item „...um Anerkennung anderer Personen zu bekommen.“ dem Faktor Lifestyle zugeschrieben.

Von der Kategorie Lifestyle bleiben alle 5 Items bestehen, womit dieser Faktor im Gegensatz zu Flow beibehalten wird.

Bis auf die Eliminierung der Variablen „...weil ich es liebe mich völlig auszupeinern.“ wurde der Faktor Wettkampf/Leistung bestätigt und beibehalten.

Die Faktorenanalyse teilte den Bereich Gesundheit/Fitness auf zwei getrennte Faktoren auf. Während so Korrelationen von 0,806 und 0,815 erreicht werden, würden bei einer Zusammenfassung der beiden Kategorien der Cronbach's-Alpha-Wert und einige korrigierte Item-Skala-Korrelationen deutlich absinken.

Dasselbe gilt für den vermuteten Bereich Figur/Aussehen, welcher in die zwei Faktoren Figur und Bodybuilding aufgeteilt wurde. Hierbei würde durch Zusammenfassung der beiden Faktoren der Cronbach's-Alpha-Wert auf 0,659 fallen und gleich drei der fünf Variablen eine korrigierte Item-Skala-Korrelation von unter 0,5 erreichen.

Somit fließen 43 Items in die 9 gebildeten Faktoren ein und werden für die weitere Analyse herangezogen.

5.1 Datenauswertung

Die gewonnenen Daten wurden mit Hilfe des Statistikprogrammes IBM SPSS Statistics 24 ausgewertet.

Zunächst wurden mit Hilfe einer Faktorenanalyse, zu im Vorhinein angenommenen Kategorien überprüft und gegebenenfalls neue Kategorien geschaffen, Kategorien zusammengelegt oder auch einzelne Items gelöscht.

Für die Auswertung der Unterschiedshypothesen werden je nach Variablenskalierung T-Test für unabhängige Stichproben oder einfaktorielle Varianzanalysen herangezogen. Für die Hypothesen H_{01} und H_{03} wurden aufgrund der nominal skalierten Variablen *Geschlecht* und *weitere Sportarten* T-Tests herangezogen. Da eine einmalige Stichprobe erfolgte und die Ergebnisse nicht Zusammenhängen, wurde ein T-Test für unabhängige Stichproben für diese beiden Hypothesen verwendet. Im T-Test gilt die Aufmerksamkeit dem Signifikanzniveau.

Ein signifikanter Unterschied ist gegeben, wenn der p-Wert kleiner als 0,05 ist. Ein Wert von kleiner als 0,01 ist dabei sehr signifikant und ein Wert von weniger als 0,001 gar als hochsignifikant anzusehen.

Zusätzlich wurde vorgelagert der Levene-Test der Varianzgleichheit angewandt, um die Varianzhomogenität oder -heterogenität aufzuzeigen. Ist der Signifikanzwert des Levene-Tests größer als 0,05, so sind die Varianzen heterogen. Varianzhomogenität ist vorhanden, wenn der Wert kleiner als 0,05 ist. Sind die Varianzen homogen, so kann der Wert für den T-Test aus der ersten Zeile herangezogen werden. Sind die Varianzen heterogen, so ist der Wert für den T-Test der zweiten Zeile zu entnehmen. (Rasch et.al., 2010, S. 2)

Für die weiteren drei Unterschiedshypothesen wurden aufgrund der ordinalskalierten Variablen *Altersklassen*, *Einkommensklassen* und *Ausbildung*, einfaktorielle Varianzanalysen durchgeführt. Auch hier galt die Aufmerksamkeit dem Signifikanzniveau um zu entscheiden, ob die gestellte Nullhypothese behalten oder verworfen wird. Falls signifikante Unterschiede hierbei vorhanden sind, wurde der Scheffè-Test herangezogen, welcher aufzeigt welchen Kategorien signifikante Unterschiede vorhanden sind.

Die Zusammenhangshypothesen wurden mit Korrelationen überprüft. Hierbei wurden die Produkt-Moment-Korrelation (Pearson) und die Spearman-Korrelation herangezogen. Zweite findet lediglich für Hypothese 7 Anwendung, in welcher mit der ordinalskalierten Variable *Ausgaben für das Fitnessstudio*, ein geringeres Skalenniveau vorliegt als bei den anderen Variablen. Für die Analyse der Korrelationen wurden zunächst die Signifikanzniveaus betrachtet. Diese haben ebenfalls den Grenzwert von 0,05. Liegt ein Signifikanzniveau von unter 0,05 vor, so kann das Ergebnis als bedeutend eingestuft werden. Die Ergebnisse der Korrelationen (r-Wert) können zwischen -1 und +1 liegen. Dabei werden 3 Abstufungen vorgenommen. Werte mit mindestens $r = 0,10$ zeigen einen leichten Zusammenhang. Korrelationen mit $r = 0,30$ werden als mittlere Zusammenhänge bezeichnet und Werte mit $r = 0,50$ als stark zusammenhängend. Negative r-Werte zeigen einen negativen Zusammenhang auf, positive r-Werte eine positive Korrelation. (Bortz & Schuster, 2010, S. 171ff)

5.2 Gütekriterien

Die Durchführung von empirischer Forschung verlangt nach bestimmten Merkmalen um Wissenschaftlichkeit zu gewährleisten. Für die Informationserhebung mittels Fragebogen gelten hierbei vier Gütekriterien. Generalisierbarkeit, Objektivität, Validität und Reliabilität dienen der Sicherung der Qualität der Forschung. (Töpfer, 2012, S. 233 f)

5.2.1 Generalisierbarkeit

Generalisierbarkeit verlangt eine repräsentative Stichprobengröße, um die gegebene Grundgesamtheit widerzuspiegeln. Der Fragebogen sollte deshalb so lange zur Verfügung stehen bis die erforderliche Stichprobengröße von 384 gültigen Rückläufen erreicht wurde.

Zwar deutet die Verteilung der Stichprobe wenig auf eine Generalisierbarkeit für ganz Österreich hin, jedoch kann davon ausgegangen werden, dass zumindest die Bundeshauptstadt gültig repräsentiert ist. Für eine Stichprobe, welche für ganz Österreich repräsentativ ist, scheint ein höherer Anteil an Rückläufen aus den westlichen Bundesländern notwendig zu sein. Weiters ist es möglich dass der Zeitpunkt der Datenerhebung und die Datenerhebungsmethode Einfluss auf die Generalisierbarkeit der gewonnenen Daten hat.

Mit 432 gültigen Rückläufen gilt dieses Gütekriterium dennoch statistisch als erfüllt.

5.2.2 Objektivität

Objektivität fordert und besagt, dass weder durch die Personen, welche die Informations-/ Datenerhebung durchführen, noch durch das jeweilige Instrumentarium, also z.B. eine spezielle Befragungsmethode und die Fragenformulierungen, ein Einfluss auf die Untersuchungspersonen/ Befragten stattfindet, welcher deren Antworten inhaltlich verfälscht oder sogar manipuliert. (Töpfer, 2012, S. 224)

Durch die Durchführung einer Online-Befragung, wird die Manipulation durch einen Interviewer beziehungsweise eine Interviewerin ausgeschlossen. Weiters konnten die Befragten selbst entscheiden, wann oder wie sie an dieser Befragung teilnehmen und blieben

dabei gleichzeitig anonym. Die Fragen wurden möglichst geschlossen gestellt und nur für einzelne Daten wurde die Möglichkeit für offene Antworten gegeben. Durch die Analyse der gewonnenen Daten mittels SPSS 24, werden Rechenfehler ausgeschlossen, womit auch bei der Berechnung der Ergebnisse ein höchstmögliches Maß an Objektivität gewährleistet wird.

5.2.3 Validität

Validität ist die Forderung nach der Messung dessen, was wirklich gemessen werden soll. Hierbei kann zwischen Konstruktvalidität, Kriteriumsvalidität, Inhaltsvalidität und ökologischer Validität unterschieden werden. (Töpfer, 2012, S. 224).

Durch die durchgeführte Faktorenanalyse zeigt sich, dass einige Merkmale von den Befragten anders verstanden wurden, als dies bei der Fragebogenerstellung gedacht war. Innerhalb des BMZI und in vorangegangenen Motivstudien wurden alle für den Fragebogen herangezogenen Items bereits auf Validität geprüft. Durch eine Faktorenanalyse der gewonnenen Daten, wurden Variablen aus der Analyse ausgeschlossen, welche nicht eindeutig einzelnen Faktoren zuordenbar scheinen. Somit können alle in die Hypothesen einfließenden Variablen als gültig und gesichert befunden werden.

5.2.4 Reliabilität

Unter Reliabilität wird erwartet, dass bei mehrmaliger Messung unter gleichen Bedingungen dieselben Messergebnisse erzielt werden. Hierbei ist es irrelevant, ob dieselbe Person oder eine Andere diese Befragung erneut durchführt. Eine solche Fragebogenerstellung ist nahezu unmöglich, da eine Person bei mehrmaliger Befragung immer mit den ganz genau gleichen Werten antworten müsste. (Döring & Bortz, 2016, S. 93)

Durch heranziehen der Items aus dem Berner Motiv- und Zielinventar und anderen Motivstudien, wurde dieses Gütekriterium bereits in vorhergehenden Arbeiten überprüft und bestätigt. (Lehnert et.al., 2011)

Dennoch ist eine hohe Reliabilität kritisch zu betrachten, da über den gewählten Abfragekanal Anonymität der Befragten besteht. Es ist somit möglich, dass einige Fragebögen unter Zeitdruck oder mit wenig Konzentration der Befragten ausgefüllt wurden.

6 Ergebnisse

Zunächst werden die soziographischen Daten beschrieben. Dabei werden neben dem Geschlecht, das Alter, der Bildungs- und Familienstand und das aktuelle monatliche Einkommen der Befragten betrachtet. Hierzu wurde eine deskriptive Datenanalyse durchgeführt, um die absoluten und relativen Häufigkeiten zu berechnen. Für die graphische Gestaltung wurden mittels MS Excel 2013 neue Diagramme aus den gewonnenen Zahlen erstellt.

Im Anschluss werden die erstellten Hypothesen überprüft. Bei allen Berechnungsarten wurde ein Signifikanzniveau von 5 % angenommen. Die Auswahl der angemessenen Analyseverfahren wurde vom Datenniveau und von den Verteilungsannahmen der Messwerte bestimmt.

Für die Unterschiedshypothesen wurde dabei auf T-Tests für unabhängige Stichproben oder auf Varianzanalysen zurückgegriffen. Zusammenhangshypothesen werden mittels der Pearson Produkt-Moment-Korrelation oder der Spearman Rangkorrelation analysiert.

6.1 Soziographische Daten

In diesem Abschnitt werden die soziographischen Daten der 432 gültig erhobenen Fragebögen ausgewertet. Dabei werden Informationen zu Geschlecht, Alter, Einkommen und fitnessstudiospezifische Daten beschrieben.

6.1.1 Geschlecht

Von den 432 gültigen Antworten kommen 64,4 % (n = 278) von weiblichen Fitnesssportlerinnen und 35,6 % (n = 154) von männlichen Fitnesssportlern.

6.1.2 Alter

Bei Abfrage des Alters wurden 431 Fragebögen korrekt ausgefüllt, ein Fragebogen blieb unvollständig. Somit kommt man auf einen korrekt ausgefüllten Anteil von 99,8 % aller bearbeiteten Fragebögen.

Das Durchschnittsalter beträgt 35,15 Jahre (SD 14,3) und streut dabei zwischen 17 und 87 Jahren. Das am häufigsten genannte Alter beträgt 23 Jahre (n = 28), gefolgt von 22 Jahren (n = 24) und 24 Jahren (n = 22).

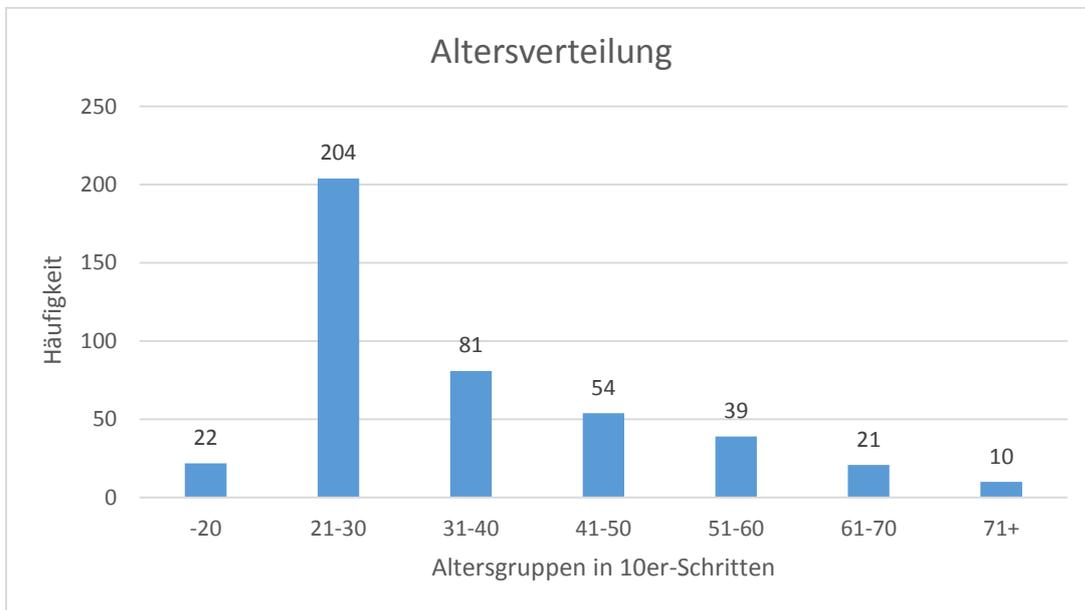


Abb. 2: Altersgruppen in 10er-Schritten

Weiters wurden drei Altersgruppen gebildet, da diese von den Autoren Hottenrott & Neumann (2014) und Meusl (1988) als wichtige Trainingsschwellen definiert wurden. Hierbei galt das Alter von 30 Jahren als erste und jenes von 50 Jahren als zweite Schwelle.

Die Altersgruppe der bis 29-jährigen weist hierbei mit 208 Fragebögen fast die Hälfte (48,1%) der befragten FitnesssportlerInnen aus. Die mittlere Gruppe der 30-50-jährigen beinhaltet 153 Antworten (35,4 %) und jene der Ältesten 70 SportlerInnen (16,2 %).

Tabelle 6: Altersgruppen nach Literaturempfehlung

Altersgruppen					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	bis 29,9 Jahre	208	48,1	48,3	48,3
	30 – 49,9 Jahre	153	35,4	35,5	83,8
	über 50 Jahre	70	16,2	16,2	100,0
	Gesamt	431	99,8	100,0	
Fehlend	System	1	,2		
Gesamt		432	100,0		

6.1.3 Familienstand

Unter Betrachtung des Familienstands zeigt sich, dass 303 Antworten (70,1 %) aller Rückläufe von ledigen Personen stammen. Die zweitgrößte Gruppe bilden die Verheirateten mit 94 SportlerInnen (21,8 %), vor den Geschiedenen (n = 25). Die Optionen verwitwet und eingetragene Lebenspartnerschaft sind zusammengerechnet nur zehn Mal gewählt worden.

Tabelle 7: Familienstand

Wie ist Ihr derzeitiger Familienstand?					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ledig	303	70,1	70,1	70,1
	verheiratet	94	21,8	21,8	91,9
	geschieden	25	5,8	5,8	97,7
	verwitwet	4	,9	,9	98,6
	eingetragene Lebenspartnerschaft	6	1,4	1,4	100,0
	Gesamt	432	100,0	100,0	

6.1.4 Ausbildung

Der Punkt Ausbildung zeigt einen überdurchschnittlichen Anteil an hoch gebildeten Personen. Mit 229 HochschulabsolventInnen bildet diese Gruppe mit Abstand den größten Anteil, wie in Abbildung 3 zu erkennen ist. Weiters sind sehr viele MaturantInnen unter den gültigen Antworten, welche auf 173 Nennungen kommen. Diese teilen sich dabei in 97 AHS-AbsolventInnen und 76 BHS-AbsolventInnen auf. Lediglich ein geringer Anteil an Fragebogenrückläufen haben eine Schulausbildung ohne Matura (n = 8), eine abgeschlossene Lehre (n = 11) oder einen Meistertitel (n = 7). Innerhalb der analysierten Gruppe gibt es zwei PflichtschulabsolventInnen.

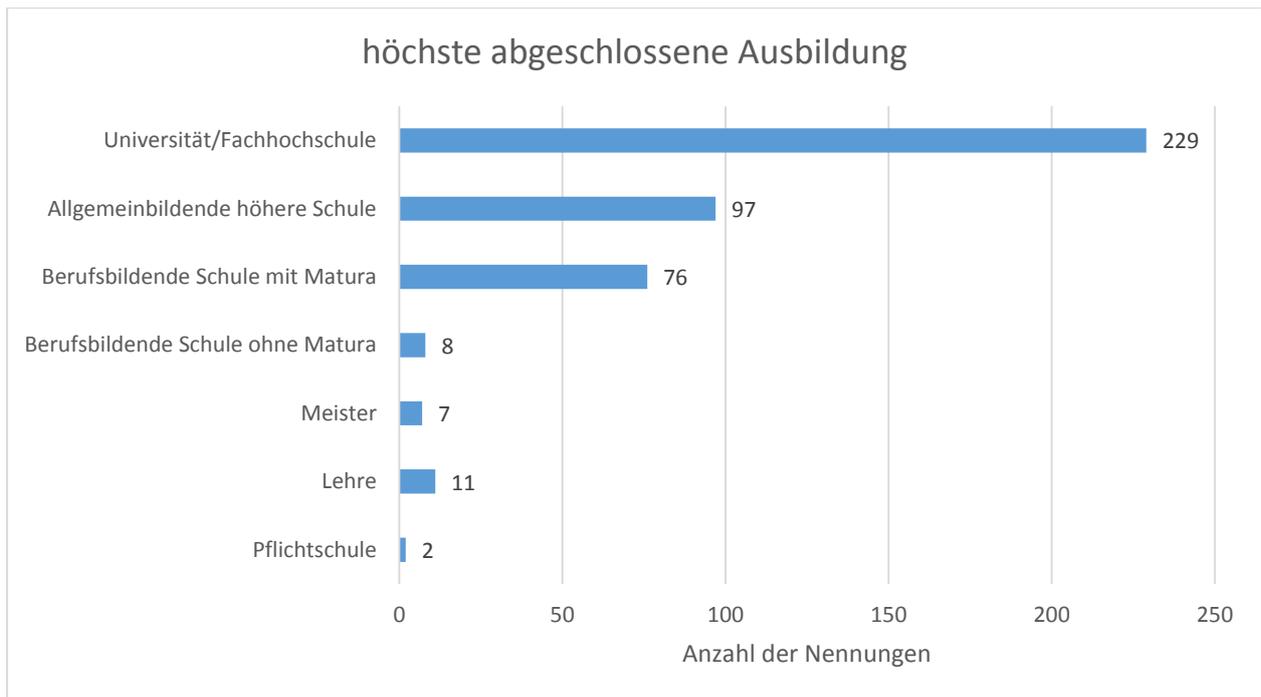


Abb. 3: *Bildungsstand*

Zwei Personen wählten keine der vorgegebenen Antwortmöglichkeiten aus, und beschrieben diese Entscheidung mit den Begriffen „Architektur“ und „Diplom“. Welche Ausbildung damit genau gemeint ist, ist in Folge nicht herauszufinden, da bei den beiden Aussagen sowohl schulische als auch universitäre Ausbildungen gemeint sein könnten.

6.1.5 Einkommen

Die Information über das zur Verfügung stehende Einkommen konnte innerhalb des Fragebogens mittels vorgegebener Einteilungen, welche in 500 €-Schritten erfolgten, angegeben werden. Gleichzeitig war diese Frage nicht verpflichtend auszufüllen, wodurch es zu einer Fehlerquote von 7,2 % (n = 31) kam.

Die meisten befragten SportlerInnen (n = 79) gaben an zwischen € 451,- und € 1.000,- pro Monat zu verdienen. Darauf folgen mit 71 Angaben jene mit einem monatlichen Einkommen zwischen € 1.501,- und € 2.000,-.

Wie anhand der Tabelle 8 erkennbar ist, verdienen die wenigsten Befragten (n = 18) zwischen € 3.501,- und € 4.000,-, wohingegen fast doppelt so viele (n = 32) mehr als € 4.000,- als monatliches Einkommen angeben.

Tabelle 8: *monatliches Einkommen*

Wie hoch ist Ihr monatliches Nettoeinkommen?					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	0 - 450 €	43	10,0	10,7	10,7
	451 - 1.000 €	79	18,3	19,7	30,4
	1.001 - 1.500 €	49	11,3	12,2	42,6
	1.501 - 2.000 €	71	16,4	17,7	60,3
	2.001 - 2.500 €	56	13,0	14,0	74,3
	2.501 - 3.000 €	31	7,2	7,7	82,0
	3.001 - 3.500 €	22	5,1	5,5	87,5
	3.501 - 4.000 €	18	4,2	4,5	92,0
	mehr als 4.000 €	32	7,4	8,0	100,0
	Gesamt	401	92,8	100,0	
Fehlend	System	31	7,2		
Gesamt		432	100,0		

6.2 Ausübung des Fitnesssports

Diverse Daten zur Ausübung des Fitnesssports folgen auf den kommenden Seiten. Dabei wird sowohl auf finanziellen Aufwand, auf das Angebot, als auch die genutzten Bereiche eingegangen. Weiters wird die Trainingserfahrung der FitnessstudiobesucherInnen und die Dauer, die in den jeweiligen Anlagen verbracht wird, beschrieben.

6.2.1 Bundesland

Tabelle 9 zeigt in welchem Bundesland die Befragten ein Fitnessstudio besuchen. Es zeigt sich, dass mehr als zwei Drittel der Befragten ein Fitnessstudio in Wien (n = 357) besuchen. Mit einem Rücklauf von 85 Fragebögen aus Niederösterreich bildet dieses Bundesland mit Abstand die zweitmeisten Antworten, gefolgt von Salzburg (n = 12) und Oberösterreich (n = 8). Aus dem Burgenland, Kärnten und der Steiermark (je n = 2) konnten nur wenige Antworten generiert werden, während in den beiden westlichsten Bundesländern Tirol und Vorarlberg (je n = 0) gar kein Fragebogen ausgefüllt wurde.

Tabelle 9: Bundesländeraufteilung

In welchem Bundesland gehen sie ins Fitnessstudio?		
		Häufigkeit
Gültig	Wien	357
	Niederösterreich	85
	Salzburg	12
	Oberösterreich	8
	Burgenland	2
	Kärnten	2
	Steiermark	2
	Tirol	0
	Vorarlberg	0
Gesamt		468

So kommt man auf eine Gesamtzahl von 468 Antworten. Dies erklärt sich bei Betrachtung der Fragebögen damit, dass viele FitnessstudionutzerInnen in mehr als einem Fitnessstudio anzutreffen sind. In die Zahl der 357 Nennungen für Wien, fallen beispielsweise 19 Doppelnennungen mit Niederösterreich, drei Doppelnennungen mit Salzburg und zwei mit Oberösterreich und Kärnten. Ebenso betreffen die doppelten Antwortauswahlen auch andere Bundesländer. Beispielsweise gaben zwei Personen an sowohl in Oberösterreich als auch in Niederösterreich zu trainieren und eine, dass sie zwischen Salzburg und Niederösterreich wechselt.

6.2.2 Monatlichen Ausgaben

In Tabelle 10 ist zu erkennen, dass von den 427 gegebenen Antworten, 30,8 % (n=133) maximal € 30,- pro Monat für die Nutzung eines Fitnessstudios aufwenden.

103 Nennungen erhielt der Ausgabenbereich von „bis € 90,- im Monat“. Mit den 75 Nennungen für maximal € 60,- pro Monat und jenen die kostenlos ein Studio benutzen (n = 22), ergibt der Anteil jener Befragten, welche weniger als € 90,- im Monat für die Nutzung eines Fitnessstudios ausgeben, 78 %. Im Umkehrschluss geben 94 der befragten SportlerInnen monatlich mehr als € 91,- für Fitnessstudios aus.

Hierbei ist hervorzuheben, dass mehr Personen über € 180,- im Monat (n =12) aufwenden, als in der Kategorie bis zu € 180,- (n = 5) aufscheinen.

Tabelle 10: *monatliche Ausgaben*

Wie hoch sind Ihre monatlichen Ausgaben für die Nutzung des Fitnessstudios (inkl. Trainerstunden)?					
		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	€ 0,- pro Monat	22	5,1	5,2	5,2
	bis € 30,- pro Monat	133	30,8	31,1	36,3
	bis € 60,- pro Monat	75	17,4	17,6	53,9
	bis € 90,- pro Monat	103	23,8	24,1	78,0
	bis € 120,- pro Monat	59	13,7	13,8	91,8
	bis € 150,- pro Monat	18	4,2	4,2	96,0
	bis € 180,- pro Monat	5	1,2	1,2	97,2
	mehr als € 180,- pro Monat	12	2,8	2,8	100,0
	Gesamt	427	98,8	100,0	
Fehlend	System	5	1,2		
Gesamt		432	100,0		

Fünf Rückläufe wollten die monatlichen Ausgaben nicht nennen oder konnten diese nicht genau zuordnen, wodurch sie als fehlend in die Statistik einfließen.

6.2.3 Angebot in Fitnessstudios

Von den 432 analysierten Fragebögen gaben 410 an, dass ihr Fitnessstudio einen Kraftbereich anbietet. Dies bildet damit den häufigsten Anteil aller Fitnessstudioangebote. Knapp dahinter liegt jene Anzahl an Nennungen für Cardio-Bereiche (n = 398). Anschließend wurden Ausdauer-Gruppenstunden (n = 264) wie Spinning, Zumba oder Aerobic angegeben, welche somit öfter angeboten werden als Koordinationsbereiche (n = 249) oder Kraft-Gruppenstunden (n = 243). Knapp dahinter folgen ruhige Gruppenstunden (n = 235) wie Yoga oder QiGong und Wellnessbereiche (n = 226) welche in mehr als 50 % der befragten Fälle vorhanden sind. Abgeschlagen und mit jeweils 124 Nennungen wurde das Vorhandensein von Schwimmbecken oder das Angebot einer weiteren Sportart genannt.

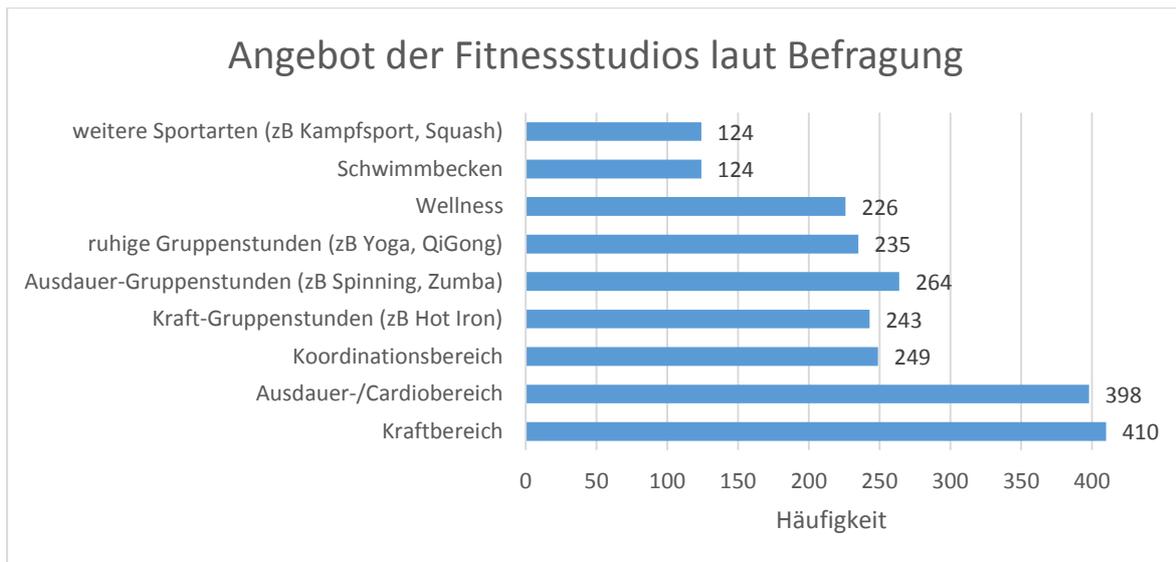


Abb. 4: *Angebot Fitnessstudios*

6.2.4 Nutzung von Angebot in Fitnessstudios

Aufbauend auf der vorhergehenden Frage, wurde abgefragt welche der angebotenen Bereiche tatsächlich regelmäßig von den FitnessstudionutzerInnen verwendet werden. Hierbei konnten die Befragten auf einer Skala zu jedem Bereich zwischen „4 = jedes Mal“ und „1 = nie“ wählen.

Bezogen auf den Kraftbereich wurden wie in Abbildung 5 erkennbar ist, die beiden Antwortmöglichkeiten „4 = jedes Mal“ (n = 214) und „3 = häufig“ (n = 114) am meisten gewählt. Diese beiden bildeten dabei 80,6 % aller hierzu abgegebenen Stimmen. 58 Befragte nutzen den Kraftbereich in ihrem Fitnessstudio selten und 21 Personen sind in diesem Teil des Studios nie anzutreffen.

25 FitnessstudionutzerInnen gaben bei dieser Frage keine Antwortmöglichkeit an. Somit enthielten sich drei Befragte mehr ihrer Stimme, als dies bei der vorangegangenen Frage zum Angebot eines Kraftbereiches im Fitnessstudio der Fall war.

Ein ähnliches Ergebnis ist in Bezug auf die Nutzung des Ausdauer-/Cardiobereichs festzustellen. Hierbei wurden 77,6 % aller gültigen Stimmen für „4 = jedes Mal“ (n = 180) oder „3 = häufig“ (n = 128) abgegeben. „2 = selten“ wurde 67-mal gewählt während sich 22 Personen nie im Ausdauerbereich aufhalten. 35 Befragte enthielten sich ihrer Stimme.

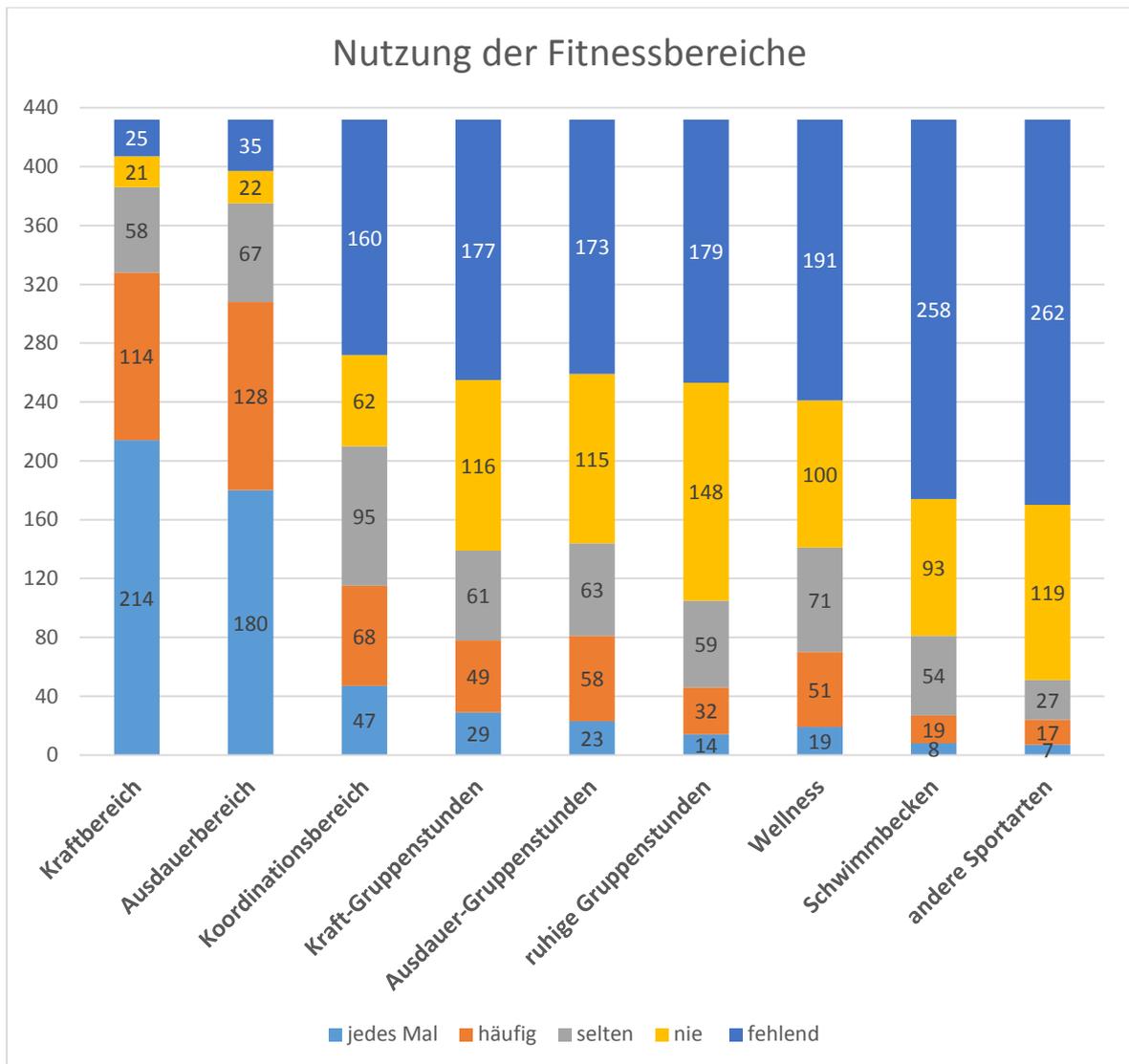


Abb. 5: Nutzung der Fitnessbereiche

Der Koordinationsbereich wird von 47 befragten Personen immer genutzt, 68 SportlerInnen nutzen ihn häufig, 95 selten und 62 nie. Insgesamt gaben hierzu 272 FitnessstudionutzerInnen eine Antwort ab, während 160 diese Frage unausgefüllt hinterließen.

Unter den Gruppenstunden werden jene, welche auf Kraftaufbau abzielen, von 29 Personen bei jedem Fitnessstudiobesuch genutzt. Ausdauerkurse werden von 23 FitnesssportlerInnen jedes Mal genutzt, ruhige Gruppenstunden wie Yoga von 14 Befragten. Häufig besuchen 58 FitnesssportlerInnen angebotene Ausdauerkurse, 49 Personen nutzen Kraft-Gruppenstunden und 32 die ruhigen Gruppenangebote. Bei den restlichen Werten unterscheidet sich die

Nutzung der Gruppenkursangebote nur mehr gering. Sowohl bei der Angabe der seltenen Nutzung (Kraft-GS n = 61; Ausdauer-GS n = 63; ruhige GS n = 59) als auch bei der Nicht-Berücksichtigung des Angebots (Kraft-GS n = 116; Ausdauer-GS n = 115) sind keine großen Unterschiede zu erkennen. Ruhige Gruppenstunden werden von 148 Nennungen nie genutzt, wodurch dieser Wert etwas höher ausfällt als bei den anderen beiden Kursvarianten.

Keine Angaben wurden von 177 Personen bei den Kraft-Gruppenstunden, von 173 SportlerInnen bei den Ausdauer-Gruppenstunden und von 179 Befragten bei den ruhigen Gruppenstunden gemacht.

Die Nutzung eines Wellnessbereichs gaben 19 Personen mit „jedes Mal“ an. 51 Befragte greifen häufig auf das Angebot zurück und 71 Personen selten. 100 Befragte nutzen ein etwaiges Wellnessangebot nie und 191 gaben hierzu keine Angabe ab.

Ein vorhandenes Schwimmbaden wird von acht FitnessstudionutzerInnen jedes Mal für das Training herangezogen. 19 Rückläufe zeigten die Antwort „häufig“, 54 wählten „selten“ und 93 „nie“. 258 Fragebögen blieben bei diesem Unterpunkt unbeantwortet.

Die Frage zur Nutzung von anderen angebotenen Sportarten hatte mit 262 unbeantworteten Rückläufen ein ähnliches Ergebnis. Lediglich sieben SportlerInnen nutzen dieses Angebot jedes Mal. 17 der Befragten antworteten mit „häufig“, 27 mit „selten“ und 119 mit „nie“.

6.2.5 Trainingserfahrung und -dauer

Zu dieser Kategorie wurden vier Fragen gestellt. Alle Fragen mussten dabei beantwortet werden um mit dem Fragebogen fortfahren zu können.

Die erste Frage bezog sich darauf, seit wie vielen Jahren die Befragten Fitnessstudios besuchen. Wie in Tabelle 11 erkennbar ist, haben die befragten FitnesssportlerInnen eine durchschnittliche Erfahrung von 6,72 Jahren. Die Antworten streuen dabei zwischen 0 und 50 Jahren.

Tabelle 11: *Trainingserfahrung und –dauer*

		Seit wie vielen Jahren besuchen Sie ein Fitnessstudio?	Wie viele Monate im Jahr nutzen Sie das Fitnessstudio durchschnittlich?	Wie viele Einheiten pro Woche nutzen Sie das Fitnessstudio durchschnittlich?	Wie lange sind Sie pro Einheit durchschnittlich im Fitnessstudio (in Minuten)?
N	Gültig	432	432	432	432
	Fehlend	0	0	0	0
Mittelwert		6,72	10,70	2,94	86,87
Standardabweichung		7,22	2,32	1,52	37,23
Minimum		0,00	0,00	0,00	0,00
Maximum		50,00	12,00	12,00	420,00

Mit Werten von 0 bis 12 Monaten war die Frage, wie viele Monate im Jahr das Fitnessstudio durchschnittlich genutzt wird, zu beantworten. Der Durchschnitt der 432 abgegebenen Werte liegt bei 10,70 Monaten ($SD = 2,32$) und streut von 0 bis 12.

Im Durchschnitt besuchen die befragten SportlerInnen ihr Fitnessstudio 2,94-mal ($SD = 1,52$) pro Woche. Auch hierbei ist eine große Streuung erkennbar. Werte zwischen null, also gar nicht, und zwölf Mal wurden hierbei genannt.

Die Befragten gaben weiters an, dass sie durchschnittlich 86,87 Minuten ($SD = 37,23$) pro Fitnessstudiobesuch in der entsprechenden Anlage anzutreffen sind. Hierbei variieren die Antworten zwischen 0 und 420, was umgerechnet sieben Stunden entspricht. Die häufigsten Nennungen erfolgten hier bei 60 Minuten ($n = 98$), 90 Minuten ($n = 100$) und 120 Minuten ($n = 71$).

6.3 Motive im Fitnesssport

Die Ergebnisse der einzelnen Motivitems sind in Tabelle 12 abzulesen. Die Items sind dabei nach dem Mittelwert ihrer Bewertung gereiht.

Das Item „...um mich in körperlich guter Verfassung zu halten.“ hat mit einem Durchschnittswert von 4,54 ($SD = 0,85$) die meisten Übereinstimmungen mit den Einstellungen der Befragten gefunden. Direkt anschließend konnte mit dem Item „...vor allem um fit zu sein.“, mit einem Mittelwert von 4,51 ($SD = 0,81$), ein ähnlich hoher Wert

erzielt werden. Mit einem Wert von 4,18 (SD = 1,08) schaffte es auch das Item „...um bis ins hohe Alter fit zu sein.“ einen Durchschnitt von über vier zu erreichen, fällt für die weitere Analyse jedoch heraus, da es in der Faktorenanalyse nicht zuordenbar war.

Mit dem Item „...wegen meiner Figur.“ und einem Mittelwert von 3,91 (SD = 1,22), ist als vierthäufigste Nennung erstmals ein Item aus einem anderem Bereich als Fitness zu erwähnen. Wie zu erkennen ist, sind gar alle fünf Items der Motiv-Bereiche Fitness und Gesundheit unter den stärksten acht Übereinstimmungen. Neben dem eben genannten Item aus dem Bereich Figur, liegt an siebter Stelle noch „...als Ausgleich zu meinen täglichen Aufgaben (Beruf, Studium, Hausarbeit etc.)“, aus dem Bereich Erholung. Mit einem Mittelwert von 3,8 (SD = 1,25) liegt es knapp vor dem Item „...um Verletzungen, Krankheiten, Schmerzen vorzubeugen.“ (MW = 3,78; SD = 1,18).

Erstmals einen Durchschnittswert von unter 2,5 zeigt das Item „...weil dabei meine Fähigkeiten mit den Anforderungen im Einklang sind.“ (MW = 2,48; SD = 1,22) und hat somit durchschnittlich weniger Zustimmungen als Ablehnungen erhalten.

Insgesamt erhielten 27 Items eine Bewertung höher als 2,5, während 19 Items geringer assoziiert wurden.

Tabelle 12: *Ergebnisse Itemliste*

	N		Mittelwert	Standardabweichung	Motiv-Bereich
	Gültig	Fehlend			
... um mich in körperlich guter Verfassung zu halten.	432	0	4,54	0,85	Fitness
... vor allem um fit zu sein.	432	0	4,51	0,81	Fitness
... um bis ins hohe Alter fit zu sein.	432	0	4,18	1,08	Gesundheit/Fitness (alt)
... wegen meiner Figur.	432	0	3,91	1,22	Figur
... vor allem aus gesundheitlichen Gründen.	432	0	3,84	1,19	Gesundheit
... um körperlichen Beschwerden entgegen zu wirken.	432	0	3,80	1,19	Gesundheit
... als Ausgleich zu meinen täglichen Aufgaben (Beruf, Studium, Hausarbeit, etc.).	432	0	3,80	1,25	Erholung
... um Verletzungen, Krankheiten, Schmerzen vorzubeugen.	432	0	3,78	1,18	Gesundheit
... vor allem aus Freude an der Bewegung.	432	0	3,69	1,20	Ästhetik
... um stärker zu werden.	432	0	3,63	1,29	Bodybuilding
... um neue Energie zu tanken.	432	0	3,63	1,20	Ästhetik

... um mein Gewicht zu regulieren.	432	0	3,53	1,35	Figur
... um Stress abzubauen.	432	0	3,49	1,31	Erholung
... weil ich es liebe mich völlig auszupowern.	432	0	3,35	1,36	Wettkampf/Leistung (alt)
... um sportliche Ziele zu erreichen.	432	0	3,35	1,39	Wettkampf/Leistung
... wegen dem Glücksgefühl während dem Training/Fitnesssport.	432	0	3,27	1,30	Erholung
... um Muskelmasse aufzubauen (größere Muskeln).	432	0	3,14	1,43	Bodybuilding
... um mich zu entspannen.	432	0	3,13	1,31	Erholung
... um abzunehmen.	432	0	3,05	1,45	Figur
... um meine körperlichen Grenzen zu erkunden.	432	0	3,00	1,39	Wettkampf/Leistung
... weil dabei nur der Moment zählt und meine Gedanken voll auf die Aktivität fokussiert sind.	432	0	2,96	1,39	Erholung
... um meine Gedanken im Kopf zu ordnen.	432	0	2,93	1,35	Erholung
... um Ärger und Gereiztheit abzubauen.	432	0	2,88	1,36	Erholung
... weil mir Sport die Möglichkeit für schöne Bewegungen bietet.	432	0	2,74	1,42	Ästhetik
... um dem Alltag zu entfliehen.	432	0	2,68	1,40	Erholung
... um mich in einer anderen Sportart zu verbessern.	432	0	2,54	1,45	Wettkampf/Leistung
... weil ich mich so von anderen Problemen ablenke.	432	0	2,53	1,35	Erholung
... weil dabei meine Fähigkeiten mit den Anforderungen im Einklang sind.	432	0	2,48	1,22	Ästhetik
... um in einen Zustand zu kommen in dem alles herum keine Rolle spielt.	432	0	2,48	1,37	Erholung
... weil es mir Freude bereitet, die Schönheit der menschlichen Bewegung im Sport zu erleben.	432	0	2,26	1,33	Ästhetik
... um dabei Freunde / Bekannte zu treffen.	432	0	2,17	1,25	Kontakt
... wegen der sozialen Atmosphäre unter den Fitnessstudiomitgliedern.	432	0	1,98	1,20	Kontakt
... um mit anderen gesellig zusammen zu sein.	432	0	1,97	1,19	Kontakt
... um etwas in einer Gruppe zu unternehmen.	432	0	1,80	1,06	Kontakt
... weil ich im Wettkampf aufblühe.	432	0	1,75	1,15	Wettkampf/Leistung
... um Anerkennung anderer Personen zu bekommen.	432	0	1,74	1,14	Lifestyle

... weil ich mich von der Masse unterscheiden möchte.	432	0	1,72	1,14	Lifestyle
... um mich mit anderen zu messen.	432	0	1,70	1,07	Wettkampf/Leistung
... um durch den Sport neue Freunde zu gewinnen.	432	0	1,65	0,94	Kontakt
... wegen des Nervenkitzels.	432	0	1,65	1,01	Wettkampf/Leistung
... um dadurch Menschen kennen zu lernen.	432	0	1,64	0,95	Kontakt
... weil Frauen und Männer gemeinsam das Studio besuchen können.	432	0	1,60	1,10	Kontakt (alt)
... wegen des Fitness-Lifestyles.	432	0	1,56	0,76	Lifestyle
... weil ich dabei meinen persönlichen Style/Stil zeigen kann.	432	0	1,55	1,01	Lifestyle
... weil ich mich gerne präsentiere.	432	0	1,45	0,92	Lifestyle
... um dem Lifestyle meines Idols näher zu kommen.	432	0	1,26	0,76	Lifestyle

Es ist zu erkennen, dass abgesehen vom Item „...weil ich mich von der Masse unterscheiden möchte.“ (MW = 1,72) die Items des Motivs Lifestyle mit der geringsten Übereinstimmung gesehen werden. Hierbei wurden durchschnittliche Antworten zwischen 1,74 (SD = 1,14) für „...um Anerkennung anderer Personen zu bekommen.“ und 1,26 (SD = 0,76) für „...um dem Lifestyle meines Idols näher zu kommen.“ gegeben.

Um eine bessere Übersicht über die Motiv-Bereich-Übereinstimmung zu erhalten, wurden die jeweiligen Items zusammengefasst und ein Durchschnittswert ermittelt. Die Ergebnisse sind Tabelle 13 zu entnehmen, wobei auch hier die Bereiche nach ihren durchschnittlichen Ergebnissen absteigend gereiht sind.

Neben dem Item „...um bis ins hohe Alter fit zu sein.“ wurden auch die Variablen „...weil ich es liebe mich völlig auszupeinern.“ und „...weil Frauen und Männer gemeinsam das Studio besuchen können.“ nicht für die Bereiche einbezogen, da diese bei der Faktorenanalyse nicht eindeutig zuordenbar waren.

Wie bereits in der Itemliste erkennbar, liegt das Motiv Fitness an erster Stelle. Mit einem Mittelwert von 4,52 (SD = 0,77) liegt es deutlich vor den folgenden Motiven Gesundheit (MW = 3,81; SD = 1,01), Figur (MW = 3,50; SD = 1,16) und Bodybuilding (MW = 3,39). Mit der höchsten Standardabweichung von SD = 1,21, zeigt der Bereich Bodybuilding die größte Antwortdifferenz unter den befragten FitnessstudionutzerInnen.

Sowohl Erholung (MW = 3,01; SD = 0,99) als auch das Motiv Ästhetik (MW = 2,96; SD = 0,94) zeigen positiv verbundene Assoziationen bei den befragten FitnessstudionutzerInnen.

Tabelle 13: *Ergebnisse Motiv-Bereiche*

	N		Mittelwert	Standardabweichung
	Gültig	Fehlend		
Fitness	432	0	4,52	0,77
Gesundheit	432	0	3,81	1,01
Figur	432	0	3,50	1,16
Bodybuilding	432	0	3,39	1,21
Erholung	432	0	3,01	0,99
Ästhetik	432	0	2,96	0,94
Wettkampf/Leistung	432	0	2,33	0,88
Kontakt	432	0	1,87	0,91
Lifestyle	432	0	1,55	0,77

Das Motiv Wettkampf/Leistung liegt mit einem Mittelwert von 2,33 (SD = 0,88) knapp unter dem Grenzwert von 2,5, und ist somit als eher nicht bedeutend für den Fitnessstudiobesuch zu deuten.

Die Itemgruppen Kontakt (MW = 1,87; SD = 0,91) und Lifestyle (MW = 1,55; SD = 0,77) wurden kaum als Grund für den Fitnessstudiobesuch angegeben.

6.4 Überprüfung der Hypothesen

Im Folgenden soll nun auf die Überprüfung der erstellten Hypothesen eingegangen werden. Zunächst werden auf die fünf Unterschiedshypothesen überprüft, bevor die Zusammenhangshypothesen ausgewertet werden.

6.4.1 Unterschiedshypothesen

H₀₁: Die Motive im Fitnessstudio unterscheiden sich nicht signifikant zwischen Männern und Frauen.

Für die Berechnung relevanter Unterschiede zwischen den Geschlechtern, wurde ein T-Test bei unabhängigen Stichproben durchgeführt.

Die Motive Kontakt ($p=0,881$), Ästhetik ($p = 0,058$), Wettkampf/Leistung ($p = 0,108$), Gesundheit ($p = 0,421$) und Fitness ($p = 0,449$) zeigen bei Betrachtung des T-Tests ein Signifikanzniveau von über 0,05. Für diese Motive ist die Nullhypothese also beizubehalten, was wiederum bedeutet, dass sich diese Motive zwischen Männern und Frauen in Fitnessstudios nicht unterscheiden. Die Motive für welche die Nullhypothese beibehalten wird, sind in Tabelle 14 grau markiert.

Für das Motiv Figur ($p = 0,000$) besteht ein hochsignifikanter Unterschied. Zu diesem Motiv-Bereich muss die Nullhypothese verworfen werden. Unter Betrachtung der Mittelwerte zeigt sich, dass dieses Motiv für Frauen (MW = 3,70) wichtiger ausfällt als für Männer (MW = 3,14). Gegensätzlich zeigt das Motiv Bodybuilding ein hochsignifikantes Ergebnis ($p = 0,000$), welches bei Betrachtung der Mittelwerte einen signifikant höheren Wert für die Männer (MW = 3,63) gegenüber jenem der Frauen (MW = 3,25) ausweist.

Ebenso hoch signifikante Ergebnisse liefern die Motive Erholung ($p = 0,000$) und Lifestyle ($p = 0,000$). Während der Mittelwert der Frauen für das Motiv Erholung bei 3,15 angesiedelt ist, liegt der Wert der Männer mit 2,77 deutlich darunter. Abermals Umgekehrt verhält es sich für das Motiv Lifestyle, welches mit 1,73 bei den Männern höher liegt als bei den Frauen (MW = 1,45). Dem Ergebnis für das Motiv Lifestyle sollte jedoch aufgrund der allgemein niedrigen Werte wenig Bedeutung zukommen.

Tabelle 14: *Unterschiede in den Motiven nach Geschlecht*

Test bei unabhängigen Stichproben							
	Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit				
	F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz
Erholung	,018	,894	3,872	430	,000	,381	,098
			3,858	312,52	,000	,381	,098
Kontakt	,001	,978	-,149	430	,882	-,013	,091
			-,150	320,78	,881	-,013	,091
Lifestyle	21,853	,000	-3,758	430	,000	-,287	,076
			-3,503	257,27	,001	-,287	,082
Ästhetik	,922	,337	1,871	430	,062	,176	,094
			1,899	329,75	,058	,176	,093
Wettkampf/ Leistung	2,729	,099	-1,640	430	,102	-,145	,088
			-1,610	299,19	,108	-,145	,090
Gesundheit	,026	,873	,801	430	,424	,081	,101
			,806	322,24	,421	,081	,100
Figur	1,446	,230	4,956	430	,000	,563	,113
			4,905	306,41	,000	,563	,114
Bodybuilding	1,014	,315	-3,161	430	,002	-,379	,120
			-3,203	328,10	,001	-,379	,118
Fitness	,726	,395	,753	430	,452	,057	,077
			,757	321,58	,449	,057	,076

H0₂: Die Motive im Fitnessstudio unterscheiden sich nicht signifikant zwischen den Altersgruppen der bis 29,9-jährigen, der 30-50-jährigen und der über 50-jährigen.

Um die zweite Hypothese zu überprüfen wurde eine einfaktorielle Varianzanalyse durchgeführt. Hierzu wurden aus den einzelnen Altersangaben drei Klassen gebildet und diese miteinander verglichen. Die Ergebnisse sind in Tabelle 15 ersichtlich.

Die Bereiche Kontakt ($p = 0,052$), Ästhetik ($p = 0,401$) und Fitness ($p = 0,594$) weisen keinen signifikanten p-Wert auf, weshalb die Nullhypothese bestehen bleibt. Dies bedeutet, dass sich die Motive nicht signifikant zwischen den Altersgruppen der bis 29,9-jährigen, der 30-50-jährigen und der über 50-jährigen unterscheiden. Zur besseren Lesbarkeit sind diese Motive in Tabelle 15 grau markiert.

Die anderen sechs Motive zeigen hingegen signifikante bis hochsignifikante p-Werte. Sowohl Erholung, Wettkampf/Leistung, Bodybuilding als auch Gesundheit haben einen p-Wert von unter 0,001.

Die Motive Lifestyle ($p = 0,034$) und Figur ($p = 0,043$) weisen ebenfalls noch signifikante Unterschiede aus.

Tabelle 15: *Unterschiede in den Motiven nach Altersklassen*

Einfaktorielle ANOVA					
		df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Erholung	Zwischen den Gruppen	2	25,736	29,348	,000
	Innerhalb der Gruppen	428	,877		
	Gesamt	430			
Kontakt	Zwischen den Gruppen	2	2,470	2,987	,052
	Innerhalb der Gruppen	428	,827		
	Gesamt	430			
Lifestyle	Zwischen den Gruppen	2	2,028	3,421	,034
	Innerhalb der Gruppen	428	,593		
	Gesamt	430			
Ästhetik	Zwischen den Gruppen	2	,817	,916	,401
	Innerhalb der Gruppen	428	,892		
	Gesamt	430			
Wettkampf/Leistung	Zwischen den Gruppen	2	15,084	21,134	,000
	Innerhalb der Gruppen	428	,714		
	Gesamt	430			
Gesundheit	Zwischen den Gruppen	2	20,875	22,639	,000
	Innerhalb der Gruppen	428	,922		
	Gesamt	430			
Figur	Zwischen den Gruppen	2	4,230	3,163	,043
	Innerhalb der Gruppen	428	1,337		
	Gesamt	430			
Bodybuilding	Zwischen den Gruppen	2	26,387	19,606	,000
	Innerhalb der Gruppen	428	1,346		
	Gesamt	430			
Fitness	Zwischen den Gruppen	2	,307	,521	,594
	Innerhalb der Gruppen	428	,589		
	Gesamt	430			

In der Kategorie Erholung wird ein hochsignifikanter Unterschied ($p = 0,000$) zwischen den bis 29,9-jährigen und den 30-50-jährigen gegenüber den über 50-jährigen festgestellt. Während die älteste Gruppe einen Mittelwert von 2,24 ausweist, kommt die jüngste Gruppe auf 3,21, die mittlere Gruppe auf 3,11.

Für das Motiv Lifestyle besteht ein signifikanter Unterschied ($p = 0,034$) zwischen der Gruppe der bis 29,9-jährigen und den über 50-jährigen. Die Mittelwerte der Ältesten liegen bei 1,34, während jene der „bis 29,9 Jahre“ ($MW = 1,62$) erkennbar höher sind.

Mit einem Mittelwert von 1,76 für die Altersgruppe der über 50-jährigen, gegenüber den höheren Mittelwerten der 30-50-jährigen ($MW = 2,35$) und der bis 29,9-jährigen ($MW = 2,52$), zeigt auch das Motiv Wettkampf/Leistung einen hochsignifikanten Unterschied von der erstgenannten Gruppe zu den anderen beiden. Hierbei ist zu erkennen, dass dieses Motiv mit zunehmendem Alter stark abnimmt.

Wie beim vorhergehenden Motiv ist auch der Bereich Bodybuilding hochsignifikant unterschiedlich für die Ältesten gegenüber den beiden anderen Gruppen ($p = 0,000$). Die Mittelwerte streuen dabei von 2,60 für „über 50 Jahre“, über 3,48 für „30-50 Jahre“ bis zu 3,58 für „bis 29,9 Jahre“.

Das Motiv Gesundheit unterscheidet sich gegenüber den anderen Motiven insofern, dass hierbei ebenfalls ein hochsignifikanter Unterschied vorhanden ist, dieser jedoch die Gruppe der „bis 29,9 Jahre“ im Vergleich mit den beiden älteren Gruppen ($p = 0,000$) betrifft. Der Mittelwert steigt hierbei von den jüngsten ($MW = 3,49$), über die mittleren ($MW = 4,05$) bis zu den ältesten Generationen ($MW = 4,23$) durchgehend an.

Das Motiv Figur zeigt, anders als bei den anderen Bereichen, einen signifikanten Unterschied ($p = 0,044$) zwischen der Gruppe der 30-50-jährigen und jenen über 50 Jahren. Dieses Motiv ist für die mittlere Altersklasse ($MW = 3,64$) bedeutend wichtiger als für die Ältesten ($MW = 3,22$).

H03: Gibt es bei den Motiven einen Unterschied zwischen reinen FitnessstudioNutzerInnen und jenen die nebenbei auch andere Sportarten ausüben.

Wie bei Hypothese 1 wurde auch zu dieser Auswertung ein T-Test bei unabhängigen Stichproben durchgeführt. Tabelle 16 zeigt die Ergebnisse des Levene-Tests und des T-Tests.

Der Levene-Test sagt aus, dass abgesehen von den Motiven Ästhetik und Wettkampf/Leistung, für alle Bereiche von einer Varianzhomogenität ausgegangen werden kann.

Für die Motive Erholung ($p = 0,894$), Kontakt ($p = 0,830$), Lifestyle ($p = 0,180$), Gesundheit ($p = 0,329$), Figur ($p = 0,555$), Fitness ($p = 0,302$) und Bodybuilding ($p = 0,817$) bestehen keine signifikanten p-Werte, weshalb die Nullhypothese beibehalten werden muss.

Tabelle 16: *Unterschiede in den Motiven nach weiterer Sportart*

Test bei unabhängigen Stichproben							
	Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit				
	F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Standardfehler der Differenz
Erholung	1,349	,246	,129	430	,897	,014	,110
			,134	199,26	,894	,014	,106
Kontakt	,574	,449	-,223	430	,824	-,022	,101
			-,215	176,05	,830	-,022	,104
Lifestyle	4,599	,033	1,344	430	,180	,115	,085
			1,474	221,96	,142	,115	,078
Ästhetik	,420	,517	2,308	430	,021	,240	,104
			2,355	192,88	,020	,240	,101
Wettkampf/ Leistung	6,104	,014	3,146	430	,002	,305	,097
			3,452	222,41	,001	,305	,088
Gesundheit	,000	,989	1,002	430	,317	,112	,111
			,978	178,49	,329	,112	,114
Figur	,185	,667	-,595	430	,552	-,076	,128
			-,592	184,39	,555	-,076	,129
Bodybuilding	,096	,757	-,228	430	,820	-,030	,134
			-,231	190,69	,817	-,030	,132
Fitness	,086	,769	,961	430	,337	,081	,084
			1,034	213,62	,302	,081	,078

Für das Motiv Ästhetik ($p = 0,020$) besteht ein signifikanter p-Wert. Dies bedeutet, dass die Nullhypothese verworfen wird. Der Mittelwert der reinen Fitnesssportler ($MW = 2,78$) unterscheidet sich hierbei signifikant von jenem der Sportler, die neben der Fitness noch weitere Sportarten ausführen ($MW = 3,02$).

Zwischen den beiden untersuchten Gruppen besteht des Weiteren ein sehr signifikanter Unterschied bezüglich des Motivs Wettkampf/Leistung ($p = 0,002$). Es unterscheiden sich die Werte der reinen Fitnesssportler ($MW = 2,10$) durch einen niedrigeren Durchschnitt, als jener der Sportler mit weiteren Sportarten ($MW = 2,41$).

H04: Die Motive im Fitnessstudio unterscheiden sich nicht signifikant nach der Höhe des Einkommens.

Da acht verschiedene Einkommensstufen zur Auswahl standen, musste zur Analyse dieser Hypothese eine einfaktorielle Varianzanalyse herangezogen werden. Die Ergebnisse sind in Tabelle 17 dargestellt.

Acht von neun Motiven weisen hierbei ein Signifikanzniveau von $p > 0,05$ auf, womit die Nullhypothese für diese beibehalten werden muss. Dies bedeutet, dass sich die Mittelwerte zwischen den Einkommensgruppen für die Motive Erholung ($p = 0,149$), Kontakt ($p = 0,415$), Lifestyle ($p = 0,310$), Ästhetik ($p = 0,942$), Wettkampf/Leistung ($p = 0,223$), Figur ($p = 0,953$), Bodybuilding ($p = 0,247$) und Fitness ($p = 0,267$) nicht unterscheiden.

Das Motiv Gesundheit ($p = 0,000$) zeigt hingegen ein hochsignifikantes Ergebnis, weshalb der Scheffé-Test für weitere Auswertungen herangezogen wurde.

Es zeigt sich, dass ein signifikanter Unterschied ($p = 0,042$) zwischen der niedrigsten Einkommensgruppe „0 – 450 €“, gegenüber der höchsten Einkommensschicht, in Bezug zum Motiv Gesundheit besteht. Verglichen mit den Gruppen „2.001 – 2.500 €“ ($p = 0,018$) und „3.501 – 4.000 €“ ($p = 0,021$) bestehen gar sehr signifikante Unterschiede.

Tabelle 17: *Unterschiede in den Motiven nach monatlichen Nettoeinkommen*

Einfaktorielle ANOVA					
		df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Erholung	Zwischen den Gruppen	8	1,529	1,519	,149
	Innerhalb der Gruppen	392	1,006		
	Gesamt	400			
Kontakt	Zwischen den Gruppen	8	,863	1,027	,415
	Innerhalb der Gruppen	392	,840		
	Gesamt	400			
Lifestyle	Zwischen den Gruppen	8	,730	1,179	,310
	Innerhalb der Gruppen	392	,619		
	Gesamt	400			
Ästhetik	Zwischen den Gruppen	8	,328	,358	,942
	Innerhalb der Gruppen	392	,917		
	Gesamt	400			
Wettkampf/ Leistung	Zwischen den Gruppen	8	1,056	1,337	,223
	Innerhalb der Gruppen	392	,790		
	Gesamt	400			
Gesundheit	Zwischen den Gruppen	8	5,085	5,266	,000
	Innerhalb der Gruppen	392	,966		
	Gesamt	400			
Figur	Zwischen den Gruppen	8	,467	,333	,953
	Innerhalb der Gruppen	392	1,400		
	Gesamt	400			
Bodybuilding	Zwischen den Gruppen	8	1,859	1,291	,247
	Innerhalb der Gruppen	392	1,441		
	Gesamt	400			
Fitness	Zwischen den Gruppen	8	,755	1,253	,267
	Innerhalb der Gruppen	392	,603		
	Gesamt	400			

In Abbildung 6 werden die Mittelwerte der vier genannten Einkommensschichten, in Bezug zum Motiv Gesundheit graphisch dargestellt.

Mit einem Mittelwert von 3,09 gab die Gruppe mit einem monatlichen Nettoeinkommen von „0 – 450 €“ die deutlich geringste Zustimmung zum Motiv Gesundheit ab. Mit steigendem Einkommen ist ein wachsender Mittelwert in diesem Motiv erkennbar. Hierbei steigt er von

3,94 für die Gruppe „1.501 – 2.000 €“, über 4,17 für die Gruppe „2.001 – 2.500 €“, bis zu 4,22 für jene mit einem Nettoeinkommen zwischen „3.501 – 4.000 €“. Die höchste Einkommensgruppe mit „mehr als 4.000 €“ (n = 32) gab einen durchschnittlichen Wert von 4,01 an.

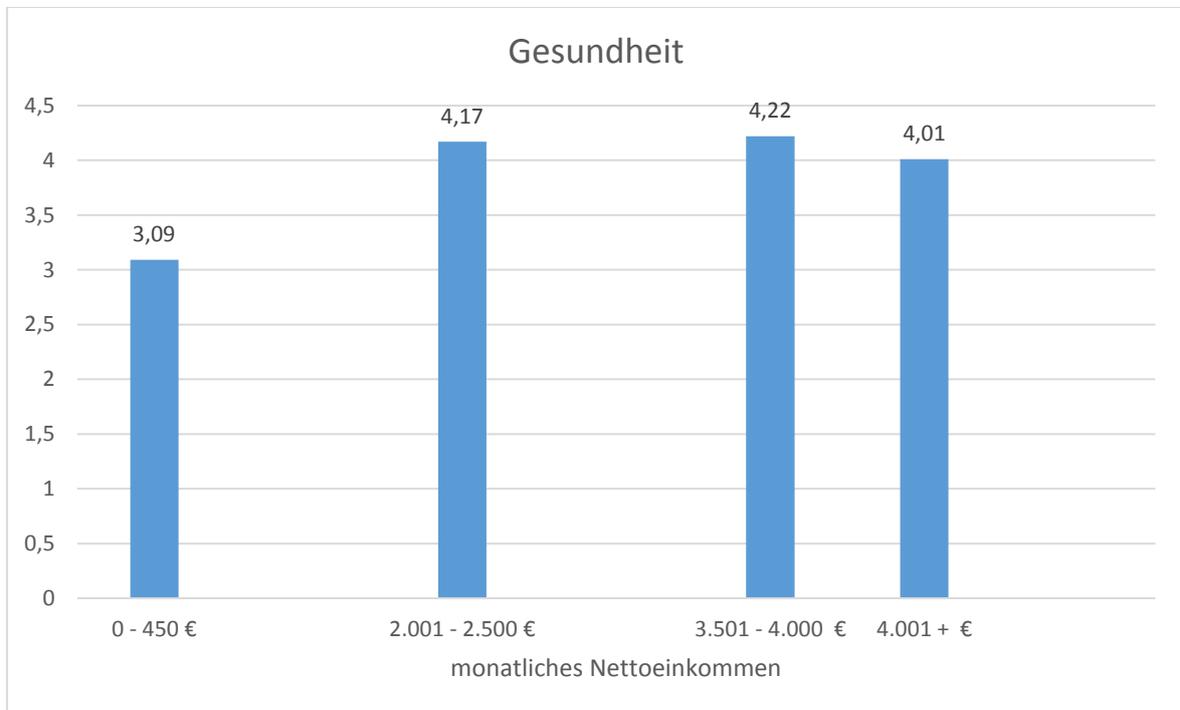


Abb. 6: Durchschnittliche Übereinstimmung Gesundheit/Fitness nach Einkommen

H05: Die Motive im Fitnessstudio unterscheiden sich nicht signifikant nach der höchsten abgeschlossenen Ausbildung.

Für die Angabe der höchsten schulischen Ausbildung standen sieben verschiedene Antwortmöglichkeiten zur Wahl.

Die Varianzanalyse (Tabelle 18) zeigt lediglich für das Motiv Gesundheit einen sehr signifikanten p-Wert von 0,002.

Bei Betrachtung des Scheffé-Tests zeigt sich, dass lediglich ein sehr signifikanter Unterschied ($p = 0,024$) zwischen jenen mit dem Abschluss einer Allgemeinbildenden höheren Schule (MW = 3,53) und jenen mit Hochschulabschluss (MW = 3,99) besteht.

Für die restlichen Motive muss aufgrund ihrer Signifikanzniveaus die Nullhypothese beibehalten werden. Das heißt, dass sich die Motive im Fitnessstudio nicht signifikant nach der höchsten abgeschlossenen Ausbildung unterscheiden.

Tabelle 18: *Unterschiede in den Motiven nach höchster abgeschlossener Ausbildung*

Einfaktorielle ANOVA					
		df	Mittel der Quadrate	F	Signifikanz
Erholung	Zwischen den Gruppen	6	,937	,937	,468
	Innerhalb der Gruppen	423	1,000		
	Gesamt	429			
Kontakt	Zwischen den Gruppen	6	,812	,971	,444
	Innerhalb der Gruppen	423	,836		
	Gesamt	429			
Lifestyle	Zwischen den Gruppen	6	,478	,793	,576
	Innerhalb der Gruppen	423	,603		
	Gesamt	429			
Ästhetik	Zwischen den Gruppen	6	,734	,821	,554
	Innerhalb der Gruppen	423	,894		
	Gesamt	429			
Wettkampf/ Leistung	Zwischen den Gruppen	6	,494	,629	,707
	Innerhalb der Gruppen	423	,785		
	Gesamt	429			
Gesundheit	Zwischen den Gruppen	6	3,439	3,473	,002
	Innerhalb der Gruppen	423	,990		
	Gesamt	429			
Figur	Zwischen den Gruppen	6	1,052	,775	,590
	Innerhalb der Gruppen	423	1,358		
	Gesamt	429			
Bodybuilding	Zwischen den Gruppen	6	,523	,354	,907
	Innerhalb der Gruppen	423	1,478		
	Gesamt	429			
Fitness	Zwischen den Gruppen	6	,565	,958	,453
	Innerhalb der Gruppen	423	,590		
	Gesamt	429			

6.4.2 Zusammenhangshypothesen

H0₆: Es gibt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den Motiven und dem Alter der Menschen in Fitnessstudios.

Aufgrund der Intervallskalierungen der beiden Variablen wurde eine Produkt-Moment-Korrelation (Korrelation nach Pearson) durchgeführt.

Tabelle 19 zeigt, dass bis auf die Motive Ästhetik ($p = 0,128$), Figur ($p = 0,087$) und Fitness ($p = 0,527$), signifikante Zusammenhänge bestehen.

Das Motiv Erholung zeigt dabei ein hochsignifikantes Ergebnis ($p = 0,000$) und sagt aus, dass ein mittlerer negativer Effekt zwischen den beiden Variablen besteht. Dies bedeutet, dass die angegebenen Werte mit dem Alter abnehmen.

Tabelle 19: *Zusammenhang Motive und Alter*

Motiv / Alter	Korrelation r	Signifikanzniveau p
Erholung	-0,365	0,000
Kontakt	-0,155	0,001
Lifestyle	-0,154	0,001
Ästhetik	-0,073	0,128
Wettkampf/Leistung	-0,328	0,000
Gesundheit	0,292	0,000
Figur	-0,082	0,087
Bodybuilding	-0,309	0,000
Fitness	0,031	0,527

Ebenso besteht ein mittlerer negativer Effekt für die Motive Wettkampf/Leistung ($r = -0,328$) und Bodybuilding ($r = -0,309$), wobei beide ein hochsignifikantes Niveau zeigen. Einen hochsignifikanten p-Wert erreichen ebenso Kontakt ($r = -0,155$) und Lifestyle ($r = -0,154$), zeigen dabei aber einen leichten negativen Effekt. Dies bedeutet, dass diese Motive mit zunehmenden Alter leicht an Bedeutung verlieren.

Einen positiven Zusammenhang gibt es mit zunehmendem Alter nur im Motiv Gesundheit ($r = 0,292$), welcher gleichzeitig als hochsignifikant angesehen werden kann.

Die Nullhypothese bleibt somit für die Motive Ästhetik, Figur und Fitness bestehen, während sie für die anderen Motive verworfen wird.

H07: Es gibt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den Motiven und den monatlichen Ausgaben für ein Fitnessstudio (inklusive Personal TrainerIn).

Aufgrund des ordinalen Variablencharakters der vorgegebenen, gestaffelten monatlichen Ausgaben wurde eine Spearman-Rangkorrelation durchgeführt. Die Ergebnisse hierzu sind in Tabelle 20 nachzulesen.

Die Motive Erholung ($p = 0,719$), Kontakt ($p = 0,720$), Lifestyle ($p = 0,101$), Ästhetik ($p = 0,051$), Wettkampf/Leistung ($p = 0,061$), Figur ($p = 0,816$), Bodybuilding ($p = 0,097$) und Fitness ($p = 0,058$) weisen mit einem p-Wert von über 0,05 keine Zusammenhänge mit den monatlichen Ausgaben in Fitnessstudios auf. Damit kann für diese Motive die Nullhypothese bestehen bleiben.

Tabelle 20: Zusammenhang Motiv und Ausgaben

Motiv / Ausgaben	Korrelation r	Signifikanzniveau p
Erholung	0,017	0,719
Kontakt	0,017	0,720
Lifestyle	-0,079	0,101
Ästhetik	0,095	0,051
Wettkampf/Leistung	-0,091	0,061
Gesundheit	0,243	0,000
Figur	0,011	0,816
Bodybuilding	-0,080	0,097
Fitness	0,092	0,058

Lediglich das Motiv Gesundheit ($r = 0,243$) zeigt einen leicht positiven Effekt. Das Ergebnis kann dabei mit einem p-Wert von unter 0,001 als hochsignifikant angesehen werden. Die Bedeutung dieses Motives nimmt somit mit der Erhöhung der monatlichen Ausgaben für Fitnessstudios zu.

H08: Es gibt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den Motiven und der Trainingserfahrung gezählt in Jahren.

Da beide Variablen intervallskaliert sind, wurde zur Analyse dieser Hypothese eine Produkt-Moment-Korrelation (Korrelation nach Pearson) herangezogen.

Tabelle 21 zeigt signifikante Zusammenhänge zwischen den bisherigen Trainingsjahren und den Motiven Ästhetik ($p = 0,033$), Wettkampf/Leistung ($p = 0,046$). Während für das Motiv

Ästhetik ein leicht positiver Zusammenhang ($r = 0,103$) gezeigt wird, besteht für das Motiv Wettkampf/Leistung ($r = -0,096$) ein leicht negativer Zusammenhang mit der Zunahme der Trainingsjahre.

Gesundheit ($p = 0,002$) und Bodybuilding ($p = 0,008$) zeigen sogar ein sehr signifikanten Zusammenhang. Das Motiv Gesundheit korreliert dabei leicht positiv ($r = 0,152$) mit dem Anstieg an Trainingsjahren. Bodybuilding nimmt hingegen mit zunehmenden Trainingsjahren leicht ab ($r = -0,128$).

Tabelle 21: *Zusammenhang Motive und Trainingsjahre*

Motiv / Ausgaben	Korrelation r	Signifikanzniveau p
Erholung	-0,019	0,696
Kontakt	-0,062	0,195
Lifestyle	0,058	0,226
Ästhetik	0,103	0,033
Wettkampf/Leistung	-0,096	0,046
Gesundheit	0,152	0,002
Figur	-0,003	0,951
Bodybuilding	-0,128	0,008
Fitness	0,054	0,264

Erholung ($p = 0,696$), Kontakt ($p = 0,195$), Lifestyle ($p = 0,226$), Figur ($p = 0,951$) und Fitness ($p = 0,264$) weisen einen p-Wert von über 0,05 auf. Für diese Motive gibt es somit keinen signifikanten Zusammenhang mit dem Besuch von Fitnessstudios in gezählten Jahren.

Die Nullhypothese muss somit für die Motive Ästhetik, Wettkampf/Leistung, Gesundheit und Bodybuilding verworfen werden, während sie für die anderen Motive bestehen bleibt.

H0₉: Es gibt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den Motiven und der Trainingshäufigkeit innerhalb eines Jahres, gezählt in Monaten.

Durch die Berechnung der Produkt-Moment-Korrelation zwischen der Trainingshäufigkeit in Monaten und den Motiven Erholung ($p = 0,054$), Kontakt ($p = 0,248$), Lifestyle ($p = 0,102$) und Figur ($p = 0,908$), ist zu schließen, dass kein signifikanter Zusammenhang besteht. Die Nullhypothese kann somit für diese vier Motive bestehen bleiben.

Gesundheit ($p = 0,004$) und Bodybuilding ($p = 0,002$) weisen ein stark signifikantes Ergebnis auf. Hierbei besteht jeweils ein leicht positiver Effekt mit dem Anstieg der Trainingsmonate.

Ästhetik ($p = 0,019$), Wettkampf/Leistung ($r = 0,031$) und Fitness ($r = 0,047$) nehmen mit Anstieg der Monate ebenso leicht zu. Diese leicht positiven Effekte können als signifikant angesehen werden.

Tabelle 22: *Zusammenhang Motive und genutzte Monate*

Motiv / Ausgaben	Korrelation r	Signifikanzniveau p
Erholung	0,093	0,054
Kontakt	0,056	0,248
Lifestyle	0,079	0,102
Ästhetik	0,112	0,019
Wettkampf/Leistung	0,070	0,031
Gesundheit	0,139	0,004
Figur	0,006	0,908
Bodybuilding	0,151	0,002
Fitness	0,095	0,047

H₀₁₀: Es gibt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den Motiven und den Trainingseinheiten pro Woche.

Tabelle 23 zeigt die Zusammenhänge zwischen den einzelnen Motiven in Verbindung mit den Trainingseinheiten pro Woche, berechnet mittels Korrelation nach Pearson.

Ästhetik ($p = 0,088$), Gesundheit ($p = 0,058$), Figur ($p = 0,123$) und Fitness ($p = 0,108$) zeigen keinen signifikanten Zusammenhang mit den Trainingseinheiten pro Woche.

Tabelle 23: *Zusammenhang Motive und Trainingseinheiten pro Woche*

Motiv / Ausgaben	Korrelation r	Signifikanzniveau p
Erholung	0,100	0,037
Kontakt	0,211	0,000
Lifestyle	0,262	0,000
Ästhetik	0,082	0,088
Wettkampf/Leistung	0,229	0,000
Gesundheit	-0,091	0,058
Figur	-0,074	0,123
Bodybuilding	0,176	0,000
Fitness	-0,077	0,108

Die fünf Motive Erholung ($r = 0,100$), Kontakt ($r = 0,211$), Lifestyle ($r = 0,262$), Wettkampf/Leistung ($r = 0,229$) und Bodybuilding ($r = 0,176$) haben einen leicht positiven Effekt, bezogen auf die Anzahl der Trainingseinheiten pro Woche. Diese signifikanten und

hochsignifikanten Ergebnisse beschreiben somit, dass die Bedeutung dieser Motive mit dem Anstieg der Trainingseinheiten pro Woche positiv zusammenhängen. Die Nullhypothese muss für diese Motive verworfen werden.

H₀₁₁: Es gibt keinen signifikanten Zusammenhang zwischen den Motiven und der Länge einer Trainingseinheit in Minuten

Die Ergebnisse der hierzu durchgeführten Produkt-Moment-Korrelation sind in Tabelle 24 ausgewiesen.

Von den neun untersuchten Motiven, zeigen lediglich die Motive Ästhetik ($p = 0,007$) und Gesundheit ($p = 0,027$) signifikante Ergebnisse. Beide Bereiche haben mit der Variable „Dauer einer Trainingseinheit“ leicht positive Zusammenhänge. Steigt also die Dauer der durchschnittlichen Trainingseinheit, nimmt auch die Bedeutung dieser Motive zu. Die Nullhypothese muss somit für Ästhetik und Gesundheit verworfen werden.

Für die Motive Erholung ($p = 0,811$), Kontakt ($0,381$), Lifestyle ($p = 0,172$), Wettkampf/Leistung ($p = 0,278$), Figur ($p = 0,312$), Bodybuilding ($p = 0,502$) und Fitness ($p = 0,890$) bleibt die Nullhypothese bestehen.

Tabelle 24: *Zusammenhang Motive und Dauer einer Trainingseinheit in Minuten*

Motiv / Ausgaben	Korrelation r	Signifikanzniveau p
Erholung	0,012	0,811
Kontakt	0,042	0,381
Lifestyle	0,066	0,172
Ästhetik	0,130	0,007
Wettkampf/Leistung	0,052	0,278
Gesundheit	0,106	0,027
Figur	-0,049	0,312
Bodybuilding	0,032	0,502
Fitness	-0,007	0,890

7 Diskussion

Dieses Kapitel befasst sich mit der Interpretation der erhobenen und analysierten Daten. Es werden Ergebnisse miteinander verknüpft und verglichen, sowie auf etwaige Probleme hingewiesen. Zunächst werden die Datenerhebung und die Ergebnisse kritisch betrachtet. Im Anschluss werden die Hypothesen zusammengefasst und auf die Forschungsfragen Bezug genommen.

7.1 Kritik

Ziel dieser Arbeit war es eine österreichweit repräsentative Analyse der Motive in Fitnessstudios zu erstellen. Dabei sollten die Beweggründe für die Ausübung von Sport in Fitnessstudios, und die Bedeutung einzelner Motive auf verschiedene Zielgruppen herausgearbeitet werden. Ziel war es Unterschiede aber auch Zusammenhänge zwischen soziodemographisch eingeteilten Subgruppen zu finden.

Durch den Zeitpunkt der Erstverteilung des Fragebogens im Sommer 2017, ist es möglich dass die Ergebnisse durch Urlaube verfälscht wurden. Es ist anzunehmen, dass in den Wintermonaten Dezember, Jänner und Februar eine höhere Rücklaufquote erzielt worden wäre.

Mit einer Anzahl von 432 gültigen Fragebögen ist bei einem Grenzwert von 5 % und einem Vertrauensintervall von 95 %, ein repräsentativer Wert für die Analyse des österreichischen Marktes überschritten worden. Dies gilt für die beschriebene Grundgesamtheit von 700.000 Fitnessstudiomitgliedern. (Lippe, 2011, S. 3) Von diesen 432 gültigen Antworten, entfallen fast zwei Drittel der Befragten auf Frauen ($n = 278$), während knapp mehr als ein Drittel männlich ($n = 154$) sind.

Da viele Fitnessstudios aus gesundheitlichen und rechtlichen Gründen Jugendliche frühestens ab der Pubertät (12-16 Jahre) in Fitnessstudios trainieren lassen, überrascht der Beginn der Altersangaben mit 17 Jahren wenig. Dennoch sind mit 22 Fragebögen verhältnismäßig wenige Rückläufe von unter 21-jährigen vorhanden. Da die Zahl der 21-30-jährigen ($n = 204$) überwiegt, ist anzunehmen, dass für ÖsterreicherInnen Fitnessstudios ab Vollendung des 20 Lebensjahrs an Bedeutung gewinnen. Das Durchschnittsalter von 35,15

Jahren wird erreicht, da auch eine hohe Anzahl älterer Menschen den Fragebogen ausgefüllt hat. Mit 70 Nennungen von über 50 Jahren, wurde so der Altersschnitt deutlich gehoben.

Dadurch, dass der Fragebogen online auszufüllen war und hauptsächlich über soziale Medien verteilt wurde ist anzunehmen, dass der tatsächliche Altersschnitt in österreichischen Fitnessstudios höher anzusiedeln ist. Verglichen mit den Arbeiten zu „Motive weiblicher Fitnesssportlerinnen“ (Böck, 2017) und „Motive für das Training in Fitnessstudios“ (Bárci, 2012) welche ebenso ein Durchschnittsalter von rund 35 Jahren erreichten, scheint der Altersschnitt tatsächlich in diesem Bereich angesiedelt zu sein.

Bei der Abfrage des Familienstandes zeigte sich, dass mit über 70 Prozent die Gruppe der Ledigen (n = 303) den größten Anteil ausmacht. Auch hierbei ist anzunehmen, dass der Wert verfälscht sein könnte. Da die Abfrage während der Sommermonate begann und nur mehr wenige Rückläufe in den Herbstmonaten erzielt wurden, ist zu vermuten, dass viele Familien durch die Reisezeit nicht erreicht wurden.

Unter den soziodemographischen Daten wurde weiters das monatliche Nettoeinkommen abgefragt. Hierbei wurde eine hohe Anzahl (n = 79) an Nennungen im Bereich zwischen 451 € und 1.000 € genannt. Es kann angenommen werden, dass hier vor allem Teilzeitbeschäftigte und StudentInnen inbegriffen sind. Ebenso interessant sind die 43 Nennungen der geringsten Einkommensstufe von bis zu 450 €. Des Weiteren wurde mit 32 Personen, die über € 4.000,- Monatseinkommen angaben, ein weiterer überdurchschnittlicher Wert erzielt. Dies mag damit zusammenhängen, dass Billig-Fitnessstudios bei der Datengewinnung weniger kooperativ waren als Premium-Anlagen.

Wie auch bereits Norden und Schulz (1988, S. 66) angaben, ist die unterste Bildungsschicht in Fitnessstudios unterrepräsentiert. Mit einer Anzahl von 229 HochschulabsolventInnen und damit einem Anteil von 69 % ist ein überdurchschnittlich hohes Bildungsniveau in den Fragebogen eingeflossen. Hierbei sind mehrere Faktoren als mögliche Gründe zu nennen:

Besonders niedrigpreisige Fitnessstudios wollten bei der Verteilung des Fragebogens nicht unterstützend mitwirken. Zusätzlich wurde der Fragebogen in den Mail-Newsletter des Premium-Fitnessstudios Manhattan aufgenommen, in welchem laut Geschäftsführung im Schnitt eine höhere Bildungsschicht trainiert. Zuletzt ist ein hoher Anteil an Rückläufen aus Wien (n = 357) zu verzeichnen. Da Statistiken zeigen, dass in der Bundeshauptstadt

überdurchschnittlich viele AkademikerInnen leben, mag dies eine Erklärung für die gewonnenen Daten sein. (Statistik Austria, 2018).

Zwar schrieb Bässler 1988, dass sich die ersten Fitnessstudios in Wien auftaten, jedoch ist bereits bekannt, dass in Niederösterreich inzwischen mehr Studios existieren. Selbst unter Berücksichtigung der Mobilität der Menschen ist es unwahrscheinlich, dass FitnesssportlerInnen aus anderen Bundesländern, abgesehen vom Wiener Speckgürtel (Tiefenthaler, 2018), für die Ausübung des Fitnesssports nach Wien pendeln. Ein Blick in die Standortnennungen der größten Fitnessstudioketten zeigt, dass zumindest jede Bundeshauptstadt Fitnessstudios besitzt. Es ist anzunehmen, dass mittlerweile alle Bezirkshauptstädte kleine Fitnessstudios besitzen (zB Sera-Fitness in Weiz, InnFitness in Schwaz) wodurch eine Gesamtstudioanzahl von 1.177 Studios im Jahr 2017 in Österreich erreicht wurde. Leider konnten dennoch nur wenige Rückläufe außerhalb von Wien und Niederösterreich erzielt werden. Insbesondere das Fehlen von Antworten aus Tirol oder Vorarlberg, könnte die Motivanalyse und die Altersverteilung signifikant verändern.

Durch 34 Fragebögen, welche mehr als ein Bundesland als Standort ihres Fitnessstudios angaben, sind diese Ergebnisse kritisch zu betrachten. Hierdurch stellen sich weitere unbeantwortete Fragen: Sind die beiden genutzten Fitnessstudios vom selben Anbieter? Wird in den beiden Anlagen dasselbe angeboten? Werden die beiden Studios mit der gleichen Häufigkeit und Dauer genutzt? Diese Fragen wären interessant, hätten aber den Rahmen und die Dauer des Fragebogens gesprengt. Eine Anpassung der Fragestellung auf „In welchem Bundesland liegt das Fitnessstudio, in dem sie am häufigsten trainieren?“ scheint für künftige Studien sinnvoll.

Die monatlichen Ausgaben der Nutzung eines Fitnessstudios belaufen sich zu 77,1 % auf unter € 90,-. Durch eine vorgegebene Skalierung, wurde das Verhältnisskalenniveau aufgegeben und auf ein Ordinalskalenniveau reduziert. Eine Berechnung der durchschnittlichen Ausgaben ist deshalb nicht möglich. Auch für den Wiederanstieg der Nennungen zwischen den Gruppen „bis € 180,- pro Monat“, zu „über € 180,- pro Monat“, wäre eine genauere Analyse interessant. Für die 22 Nennungen welche, „€ 0,- pro Monat“ angaben, ist davon auszugehen, dass dies Angestellte in Fitnessstudios sind. Diese Annahme wurde durch mehrere freiwillige Angaben am Ende des Fragebogens, oder persönliche Informationen (mündlich oder via Social Media) an den Autor bestätigt.

Die Frage nach den angebotenen Fitnessstudiobereichen zeigt, dass Kraft und Ausdauer immer noch als die wichtigsten Komponenten des Fitnessstrainings angesehen werden. Dies mag vor allem an der relativ leichten Ausführung und den schnellen Erfolgen liegen. Da das Schnelligkeitstraining durch Kombinationen aus Kraft und Koordination besteht, war eine Abfrage hier nicht möglich. Es ist anzunehmen, dass ein gesondertes Wissen hierzu in der Bevölkerung zu gering ist.

Im Vergleich zum Angebot wurde weiters abgefragt, welche Bereiche von den Befragten wie häufig genutzt werden. Hierbei gab es die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten „jedes Mal“, „häufig“, „selten“ und „nie“. Nachdem viele Fitnessstudios nicht alle Bereiche anbieten, war die Beantwortung der einzelnen Sparten nicht verpflichtend und konnte ausgelassen werden. Diese Fragebögen wurden in der jeweiligen Sparte mit einer fehlenden Antwort berücksichtigt. Interessant ist, dass drei Personen keine Antwort zur Nutzung des Kraftbereichs gaben, obwohl sie angaben, dass dieser vorhanden sei. Ein Befragter bzw. eine Befragte tat dies in Bezug auf den Ausdauerbereich. Für die restlichen Sparten ergab sich ein umgekehrtes Bild. Es waren meist weniger fehlende Einträge bei den genutzten Bereichen vorhanden, als dies bei dem jeweiligen Angebot der Fall war. Beispielsweise nannten 183 Befragte, dass in ihrem Fitnessstudio kein Koordinationsbereich vorhanden sei, jedoch nur 160 beantworteten die Sparte bei der Nutzung nicht. Es ist anzunehmen, dass hier 23 Fragebögen mit der Antwortmöglichkeit „nie“ beantwortet wurden. Leider war eine bessere Abfrage der Nutzung der einzelnen Angebote im Programm Limesurvey nicht möglich, weshalb dieser Fehler über diesen Abfragekanal nicht ausgeschlossen werden konnte, ohne gleichzeitig eine vermehrte Abbruchrate zu riskieren.

Mit der Angabe von 124 Personen, dass ein Schwimmbecken und weitere Sportarten vorhanden sind, diese jedoch nur von acht beziehungsweise sieben Befragten jedes Mal genutzt werden, kann auf zwei Arten interpretiert werden. Entweder ist der Markt in diese Richtung bereits durch spezialisierte Betriebe vollständig ausgeschöpft oder es gibt noch Aufholbedarf der Fitnessstudios. Der wahrscheinlichere Fall ist jedoch, dass dieses Angebot nur von wenigen Individuen nachgefragt wird und daher nur für spezialisierte Studios beziehungsweise für Premium-Fitnessanlagen, welche ein Rundumpaket anbieten wollen, sinnvoll ist.

Zu den Teilfragen für die Trainingshäufigkeiten mag der Zeitpunkt der Datenerhebung in Fitnessstudios von großer Bedeutung sein. Während im Winter sehr viele Menschen zum Sporttreiben in Fitnessstudios gehen, wird an schönen Sommertagen eher Bewegung im Freien betrieben. Somit konnten FitnessstudionutzerInnen, welche saisonale Sportarten ausüben und deshalb lediglich im Winter Fitnesssport betreiben, möglicherweise mit dem Fragebogen nicht erreicht werden.

Bei der Abfrage der Trainingserfahrung ergaben sich interessante Ergebnisse. Während eine Befragte bereits seit 50 Jahren Fitnessstudios besucht, sind einige Antworten mit null Jahren angegeben worden. Hierbei ist zu hinterfragen ob die Personen erst seit weniger als einem Jahr in Fitnessstudios gehen, oder ob diese Antworten fehlerhaft sind. Mit einer durchschnittlichen Angabe von 6,72 Jahren und einer Standardabweichung von 7,22 ist von einer breiten Streuung auszugehen. Gleichzeitig zeigen die Ergebnisse eine rechtsschiefe Verteilung, was eine Streuung zu höheren Trainingsjahren aufweist.

Auch bei der jährlichen Nutzung, gemessen in Monaten, sind Ergebnisse mit dem Wert Null vorhanden. Dies können Fehler sein, oder es gibt Befragte welche weniger als einmal im Jahr ins Fitnessstudio gehen, obwohl sie dort Mitglied sind. Der Mittelwert liegt hierbei bei 10,70 Monaten und weist bei einer Standardabweichung von 2,33 eine linksschiefe Verteilung auf. Die Spitze der Verteilungspyramide liegt somit rechts und fällt nach links langsamer ab.

Im Durchschnitt nutzen die Befragten 2,94 mal pro Woche ($SD = 1,52$) das Fitnessstudio. Hierbei streuen die Angaben zwischen 0 und 12. Die Angabe null ist ebenso kritisch zu betrachten wie bei den beiden vorangegangenen Fragen. Werte über 7 ($n = 6$) können entweder als FitnesstrainerInnen oder als wettkampforientierte SportlerInnen interpretiert werden.

86,88 Minuten beträgt der durchschnittliche Aufenthalt in einem Fitnessstudio. Die Werte 0 ($n = 2$) müssen hierbei als Fehler betrachtet werden. Mit einer Standardabweichung von 31,24 und einem Maximum von 420 Minuten, also umgerechnet sieben Stunden, bestehen hier starke Ausreißer nach oben. 82 % der Befragten halten sich zwischen ein und zwei Stunden im Fitnessstudio auf, wobei die meisten Nennungen auf 90 Minuten fallen ($n = 100$). Dieser Wert entspricht somit ähnlichen Werten wie jenen von Bárci (2012, S.79).

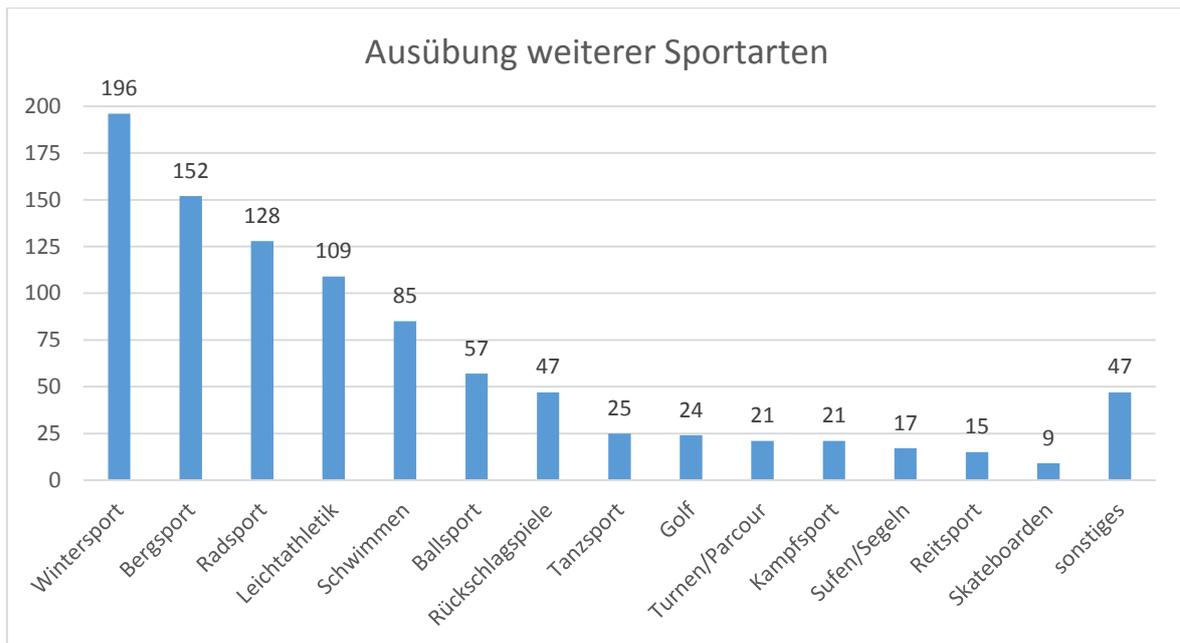


Abb. 7: Ausübung weiterer Sportarten

Neben dem Fitnesssport üben viel Befragte ($n = 327$) noch weitere Sportarten aus. Durch mögliche Mehrfachnennungen wurden 953 Angaben gemacht. In Abbildung 7 wird erkennbar, dass 196 Befragte nebenbei noch Wintersport betreiben. Darauf folgen Bergsportarten ($n = 152$) wie Wandern und Klettern, Radsport ($n = 128$) und Leichtathletik ($n = 109$). Bei der Angabe von sonstigen Sportarten, wurde trotz 47 Nennungen kein Beispiel gegeben.

7.2 Ergebnisse der Motivforschung

Bässler beschreibt in seiner Arbeit 1988, dass Spaß, Gesundheit/Fitness und der soziale Kontakt die wichtigsten Merkmale für die Ausübung des Fitnesssports darstellen. Wettkampf/Leistung ist eher als nebensächlich zu betrachten und in der modernen Gesellschaft nur mehr von geringer Bedeutung, und der Effekt von Aktivierung nur gering. (Bässler, 1988; Bässler 1997, S. 163)

Bei Betrachtung der gewonnenen Ergebnisse, kann den Aussagen Bässlers heute nur teilweise zugestimmt werden. Fitness ist mit Abstand das bedeutendste Motiv und stellt auch die beiden am stärksten bewerteten Items insgesamt. Mit einer durchschnittlichen Nennung

von 4,52 (SD = 0,77) bildet dieses Motiv das Einzige, welches summiert betrachtet einen Wert von über vier erreicht. Es scheint somit über die letzten Jahrzehnte einen stabilen Stellenwert für die Nutzung von Fitnessstudios behalten zu haben.

Das Motiv Kontakt hingegen liegt an der vorletzten Stelle und erreichte lediglich einen Mittelwert von 1,82. Dieser Wert besagt, dass zwischen diesem Motiv und dem Besuch eines Fitnessstudios eher kein Zusammenhang besteht. Erst ab einem Wert größer als 2,5 wären geringe Zusammenhänge vorhanden. Durch Subtraktion der erreichten Werte mit 2,5, ist in Abbildung 8 gut zu erkennen, welche Motive einen positiven Zusammenhang mit dem Studiobesuch haben und welche wenig bedeutend sind.

Neben Fitness werden noch die Motive Gesundheit, Figur, Bodybuilding, Erholung und Ästhetik als bedeutend angesehen. Das Motiv Wettkampf/Leistung erzielt einen Wert knapp unter 2,5 und ist somit wenig korreliert bis neutral zu betrachten.

Außer dem Motiv Kontakt erhielt lediglich das Motiv Lifestyle einen noch geringeren Wert, womit diese keine relevanten Motive für den Besuch eines Fitnessstudios darstellen.

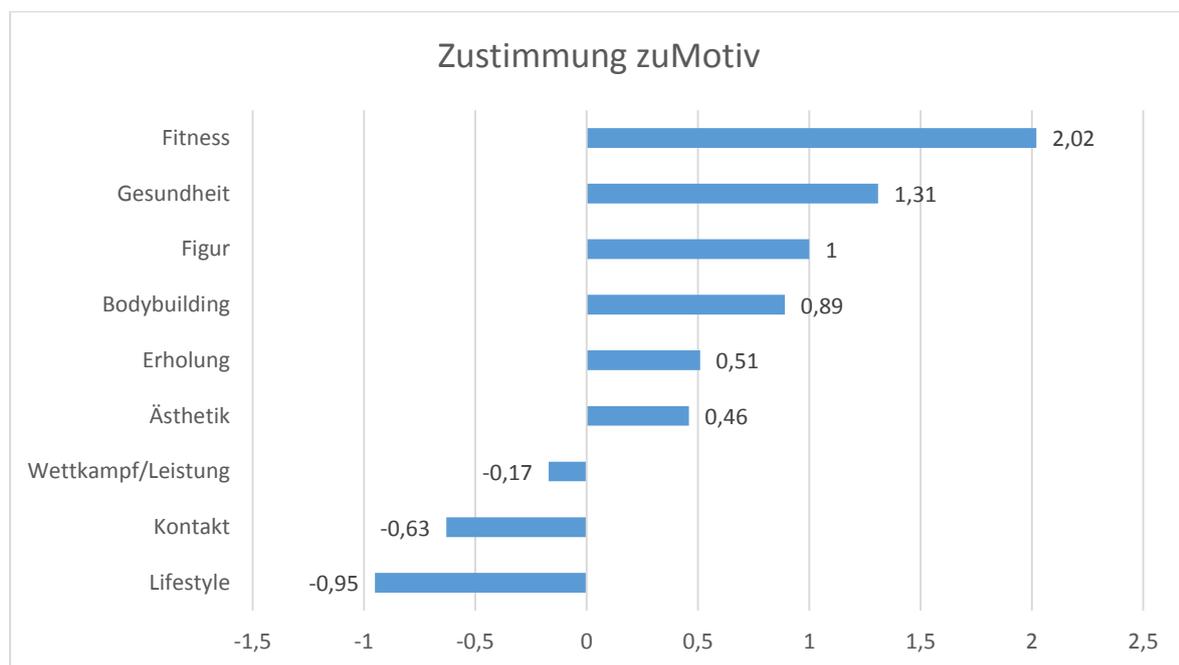


Abb. 8: Zustimmung zu Motiv

7.3 Beantwortung Forschungsfragen

Zur Beantwortung der erstellten Forschungsfragen werden nun die jeweiligen Forschungshypothesen zusammen betrachtet.

7.3.1 Geschlecht

Haben Frauen andere Gründe für den Besuch eines Fitnessstudios als Männer?

Bässler schrieb 1988, dass je nach Geschlecht andere Motive für den Besuch eines Fitnessstudios ausschlaggebend sind. Das Ergebnis der vorliegenden Arbeit zeigt, dass das Motiv Figur für Frauen signifikant bedeutsamer ist als für Männer. Wiederum Muskelmasse und Kraft (Motiv Bodybuilding) stellen für Männer ein wichtigeres Motiv als für Frauen dar. Die Nullhypothese 1 muss weiters für die Motive Erholung und Lifestyle verworfen werden.

Im Geschlechtervergleich zeigt sich, dass Erholung für Frauen einen bedeutenden Faktor für den Besuch eines Fitnessstudios darstellt. Das Motiv Lifestyle zeigt hingegen zugunsten der Männer einen hochsignifikanten Unterschied, welchem durch die insgesamt niedrigen Werte allerdings eine geringe Bedeutung zukommt.

Wie in der Arbeit von Zarotis (1999, S.104f) zeigt sich, dass der Gesundheitsaspekt für beide Geschlechter gleichbedeutend hoch angesehen wird. Im Gegensatz zu seiner Studie ist jedoch ein erkennbarer Unterschied zum Motiv Figur vorhanden und das Motiv Erholung spielt für Frauen eine stärkere Bedeutung als für Männer.

7.3.2 Alter

Verändert sich mit dem Alter das Motiv in einem Fitnessstudio eingeschrieben zu sein?

Norden und Schulz (1988, S. 97) schreiben, dass mit dem Alter die Motive für die Ausübung von Sport stark variieren. Sie sagen, dass Aussehen bei jungen Menschen wichtiger ist, während Aktivierung und Ablenkung mit steigendem Alter bedeutsamer werden. Die Motive Gesundheit und Kontakt bleiben ihrer Meinung hingegen stabil. Verglichen mit den vorliegenden Ergebnissen zeigen sich Übereinstimmungen und Differenzen. So ist das Motiv Kontakt zwar über die Altersgruppen stabil oder hat, verglichen mit Hypothese 6, sogar einen leicht negativen Zusammenhang. Gesundheit gewinnt jedoch mit steigendem

Alter an Bedeutung. Gegenüber Norden und Schulz ergibt sich für das Motiv Erholung ein umgekehrtes Ergebnis. Mit einem Mittelwert von 2,24 für die älteste Gruppe der über 50-jährigen liegt dieser Wert signifikant unter den 3,21 Punkten der bis 29,9-jährigen. Die Nullhypothese 2 ist ebenso für die Motive Lifestyle, Wettkampf/Leistung, Figur und Bodybuilding zu verwerfen. Dies bedeutet, dass bezogen auf das Alter, unterschiedliche Werte für diese Motive angegeben wurden.

Das Motiv Figur ändert sich zwar wie von Norden und Schulz beschrieben mit dem Alter rückläufig, jedoch sind innerhalb der erhobenen Daten erst Rückschritte zwischen den 30-50-jährigen und den Ältesten ab 50 Jahren zu erkennen. Das Motiv Bodybuilding zeigt hingegen einen stetigen Rückgang von den Jüngsten bis zu den Ältesten, was auch in Hypothese 6 bestätigt wird.

Zusätzlich zeigen die Ergebnisse der für Hypothese 6 erstellten Korrelation, dass das Motiv Lifestyle einen leicht abnehmenden Zusammenhang mit zunehmenden Alter besitzt. Das Motiv Wettkampf/Leistung gar einen mittleren negativen Zusammenhang.

7.3.3 Bildung und Einkommen

Haben höher gebildete Menschen andere Motive ins Fitnessstudio zu gehen als Personen mit geringer Bildung?

Spielen das Einkommen oder die Ausgaben für Fitnessstudios eine Rolle bei den Gründen für den Besuch eines Fitnessstudios?

Betrachtet man das Einkommensniveau, zeigt sich, dass lediglich beim Motiv Gesundheit signifikante Unterschiede zwischen Subgruppen bestehen. Diese weisen darauf hin, dass mit höherem Einkommen auch das Motiv Gesundheit immer bedeutsamer wird. Gleichzeitig sind Menschen, welche dem Motiv Gesundheit eine höhere Bedeutung zusprechen, auch bereit mehr für den Besuch eines Fitnessstudios auszugeben. Hierbei ist anzunehmen, dass sich das Bildungsniveau im Einkommen und den Ausgaben wiederspiegelt, und Menschen mit höherem Bildungsniveau somit vermehrt zum Motiv Gesundheit tendieren. Durch die Analyse der Nullhypothese 5 wird diese Vermutung zunächst mit einem stark signifikanten Unterschied bestätigt, bei genauerer Betrachtung der Mittelwerte, zeigt sich jedoch lediglich ein Unterschied zwischen den AHS-MaturantInnen und den HochschulabsolventInnen. Somit hat die Bestätigung dieser Annahme nur wenig Bedeutung.

Die Nullhypothese 3, die besagt, dass sich Menschen die regelmäßig weitere Sportarten ausüben, im Gegensatz zu Menschen ohne weiterer Sportart nicht unterscheiden, muss für die Motive Wettkampf/Leistung und Ästhetik verworfen werden. Für die restlichen sieben Motivgruppen bleibt die Nullhypothese bestehen. Wettkampf/Leistung scheint für SportlerInnen, welche weitere Sportarten ausüben, signifikant wichtiger zu sein. Es galt die Annahme, dass Fitnessstraining dazu genutzt wird, um körperliche Schwächen für andere Sportarten auszugleichen und die eigene Leistung so zu verbessern. Da jedoch die Mittelwerte beider Gruppen (MW weitere Sportart = 2,41; MW nur Fitness = 2,10) knapp unter dem Neutralpunkt von 2,5 liegen, kann diese Annahme nicht bestätigt werden. Somit bildet selbst für SportlerInnen mit weiteren Sportarten, das Motiv Wettkampf/Leistung nicht die entscheidende Rolle Fitnessstudios zu besuchen. Der Mittelwert für das Motiv Ästhetik unterscheidet sich ebenso signifikant zugunsten der SportlerInnen mit weiteren Sportarten. Mittelwerte von 3,02 beziehungsweise 2,78 deuten dabei auf ein leicht bedeutendes Motiv für beide Subgruppen hin.

7.3.4 Trainingshäufigkeit

Verändern sich die Motive, wenn FitnessstudiosbesucherInnen häufiger oder länger trainieren?

Mickler und Moser (1988, S. 206) beschrieben eine Veränderung der Motive mit Fortdauer der Trainingsjahre. Lehnert, Sudeck und Conzelmann (2011) stimmten dabei zu, dass das Motiv Gesundheit vor allem als Einstiegsmotiv gilt, wohingegen die Bedeutung für Motive wie Figur oder Lifestyle erst mit der Zeit ansteigen. Diese Aussagen werden durch die vorliegenden Ergebnisse nicht bestätigt. Durch eine Korrelationsanalyse in Hypothese 8 zeigt sich, dass die Motive Gesundheit und Ästhetik einen leicht positiven Zusammenhang mit zunehmenden Trainingsalter aufweisen. Das Motiv Gesundheit stellt somit mit zunehmenden Alter eine höhere Bedeutung dar und kann nicht lediglich als Einstiegsmotiv deklariert werden. Die Motive Figur und Lifestyle sind hingegen in den Ergebnissen nicht hervorzuheben, da hier kein signifikanter Zusammenhang mit dem Altersverlauf erkennbar ist. Hingegen nimmt die Bedeutung der Motive Wettkampf/Leistung und Bodybuilding mit zunehmender Trainingserfahrung leicht ab.

Mit der steigenden Anzahl an Trainingsmonaten im Jahr, besteht ein positiver Zusammenhang mit dem Stellenwert der Motive Gesundheit und Fitness. Weiters ist ein

positiver Zusammenhang für die Bereiche Ästhetik, Wettkampf/Leistung und Bodybuilding erkennbar.

In Bezug auf die Trainingshäufigkeit pro Woche, gelten diese Ergebnisse ebenfalls für die Motive Erholung, Kontakt, Lifestyle, Wettkampf/Leistung und Bodybuilding. Somit gehen Menschen mehrmals pro Woche ins Fitnessstudio um sozialen Kontakt zu haben, den Fitness-Lifestyle zu leben und dort Erholung zu suchen. Auch der Wettkampf-/Leistungsgedanke und das Ziel stärker zu werden und Muskelmasse aufzubauen nehmen mit der Studiobesuche pro Woche zu. Der Bereich Gesundheit zeigt hingegen keine signifikanten Werte. Dies bedeutet, dass Menschen zwar über das Jahr regelmäßig trainieren gehen um geistig und körperlich gesund zu sein, ein Anstieg der Trainingseinheiten pro Woche damit aber nicht erklärt wird.

Bezogen auf die Aufenthaltsdauer im Fitnessstudio, gibt es überraschende Korrelationen. Während anzunehmen war, dass vor allem Kontakt und Ablenkung die entscheidenden Faktoren für einen längeren Aufenthalt pro Besuch entscheiden sind, zeigen lediglich die Motive Ästhetik und Gesundheit einen leicht positiven Zusammenhang.

7.4 Fazit und Ausblick

Diese Arbeit versuchte einen österreichweiten, repräsentativen Überblick über die Motive in Fitnessstudios zu erstellen. Ziel war es Aufschlüsse über die angestrebten Ziele der BesucherInnen von Fitnessstudios zu gewinnen und eine Grundlage für Sportförderungen und Anpassungen von Angeboten in Fitnessstudios zu bilden.

Da es bereits einige Untersuchungen zu Fitnessstudios in Österreich gab, jedoch keine einzige einen Überblick über alle Fitnessstudios in Österreich wagte, war dies ein Versuch aussagekräftige Antworten und Unterschiede zwischen demographischen Merkmalen, wie Alters- oder Bildungsschichten, zu gewinnen.

Aufgrund des gewählten Abfragekanals und des Zeitmangels einer analogen, persönlichen Befragung der FitnessstudionutzerInnen, ist dies jedoch nur zweifelhaft gelungen. Vor allem die geringe Anzahl an Antworten aus den westlichen und südlichen Bundesländern stellt ein Problem für die Bedeutung der gewonnenen Werte dar. Ebenso ist anzunehmen dass nur

wenige Rückläufe aus Billig-Fitnessstudios generiert wurden, welche die Ergebnisse abermals leicht ändern könnten.

Der Fragebogen wurde aufgrund einiger erfolgreicher Tests in anderen Sportarten, auf Grundlage jener Abfrageitems des BMZI erstellt. Zusätzlich wurde er adaptiert und um zwei weitere Motive (Flow und Lifestyle) erweitert. Aufgrund der Faktorenanalyse wurden einige Motive zusammengelegt, getrennt oder verworfen. Während das Motiv Lifestyle keinen relevanten Bezug für FitnessstudionutzerInnen darstellt, zeigen die Motive Erholung und Ästhetik durchaus interessante Ergebnisse.

Die Motive Fitness und Gesundheit stellen die bedeutendsten Motive dar und werden wie in vorangegangenen Arbeiten abermals als wichtigste Faktoren genannt. Es ist jedoch zu hinterfragen inwieweit den Befragten der Unterschied zwischen diesen beiden Faktoren bekannt ist. Überraschend ist die geringe Bedeutung der Motive Kontakt und Wettkampf/Leistung. Es ist anzunehmen, dass vor allem zweitgenannter durch eine erweiterte Stichprobe leicht verändert werden könnte.

In weiterführenden Arbeiten können Untersuchungen vor allem für die westlichen Bundesländer durchgeführt werden. So könnten Vergleiche zwischen einzelnen Bundesländern, zu Aufschlüssen über den Einfluss der demographischen Umgebung auf den Besuch eines Fitnessstudios, gestellt werden.

Eine nähere Beleuchtung des Motives Gesundheit in Fitnessstudios stellt, aufbauend auf dieser Arbeit, einen möglichen folgenden Schritt dar. Welches Wissen über Gesundheit in Fitnessstudios vorhanden ist, deren Verknüpfung mit Medizin und die Verantwortung über die Gesundheit der NutzerInnen, bietet einen weiteren Ansatzpunkt für folgende Arbeiten.

Weitere Untersuchungen sind nötig, um zusätzliche Daten über die fortlaufend wachsende Anzahl an Fitnessstudios und deren NutzerInnen zu bekommen. Auf diese Weise können die Wünsche der Befragten beantwortet, neue Marktsegmente entdeckt und zielführende Förderungen vergeben werden.

Literaturverzeichnis

- Bässler, R. (1988). *Fitness-Studios in Wien. Ein Situationsbericht der Wiener Fitness-Szene*. Wien: Wiener Universitätsverlag.
- Bässler, R. (1997). *Karrierefaktor Fitness. Eine Analyse der Zusammenhänge zwischen Sportlichkeit und Fitneß mit Faktoren für Berufserfolg*. Wien: Research & Consulting.
- Bárci, A.E. (2012). *Motive für das Training in Fitnessstudios. Ein Vergleich von Anbietern unterschiedlicher Preiskategorie*. Wien: Universität Wien.
- Bette, K.-H. (1989). *Körperspuren. Zur Semantik und Paradoxie moderner Körperlichkeit*. Berlin, New York: Walter de Gruyter & Co..
- Birklbauer, J. (N.N.). *Bewegungslernen aus neurobiologischer Sicht*. Zugriff am 06.07.2018 unter http://bewegteschule.at/fileadmin/DAM/Gegenstandsportale/Bewegte_Schule/OOE/Nachlese_Enquete_2007/WS24_25_Abstract.pdf
- Boeckh-Behrens, W.-U. & Buskies, W. (1996). *Gesundheitsorientiertes Fitnesstraining. Band 2: Ausdauertraining, Ernährung, Entspannung*. (2. Aufl.). Lüneburg: Wehdemeier & Pusch.
- Boeckh-Behrens, W.-U. & Buskies, W. (1997). *Gesundheitsorientiertes Fitnesstraining. Band 1: Fitnessgrundlagen, Krafttraining, Beweglichkeitstraining*. (3. Aufl.). Lüneburg: Wehdemeier & Pusch.
- Böck, K. (2017). *Motive weiblicher Fitnesssportlerinnen. Eine quantitative Erhebung unter Fitnesssportlerinnen in Österreich*. Wien: Universität Wien.
- Bortz, J. & Schuster, Ch. (2010). *Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler*. Berlin: Springer.
- Brandstätter, V., Schüler, J., Puca, R.M. & Lozo, L. (2013). *Motivation und Emotion: Allgemeine Psychologie für Bachelor*. Berlin: Springer.
- Brunstein, J.C. (2006). *Implizite und explizite Motive*. In J. Heckhausen & H. Heckhausen (Hrsg.), *Motivation und Handeln*. (S. 235-253). Heidelberg: Springer.

- Bühl, A. (2016). *SPSS 23. Einführung in die moderne Datenanalyse*. (15., akt. Aufl.). Hallbergmoos: Pearson.
- Bundesministerium für Frauen und Gesundheit. (2017). *Gesundheit und Gesundheitsförderung*. Zugriff am 22. 08. 2017 unter https://www.bmgf.gv.at/home/Gesundheit_und_Gesundheitsfoerderung
- Burrmann, U., Seyda, M., Heim, R. & Konowalczyk, S. (2016). *Individualisierungstendenzen im Sport von Heranwachsenden – revisited*. *Sport und Gesellschaft*, 13(2), 113-143.
- Csikszentmihalyi, M. (2010). *Das Flow-Erlebnis. Jenseits von Angst und Langeweile: Im Tun aufgehen*. (11. Aufl.). Stuttgart: Klett-Cotta.
- Cotta, H. (1988). *Sport treiben! Gesund bleiben! Ein medizinisches Handbuch*. München, Zürich: Piper.
- Creditreform Wirtschaftsforschung [Hrsg.] (2011). *Branchenreport 2011. Grundsätzliche und finanzspezifische Entwicklungen der Fitnessbranche in Deutschland*. Zugriff am 09.07.2018 unter https://fitness-und-gesundheit.de/media/media/creditreform_difg_branchenreport.pdf
- Dietrich, K. (1999). *Inszenierungsformen im Sport*. In K. Dietrich & K. Heinemann [Hrsg.] *Der nicht-sportliche Sport. Beiträge zum Wandel im Sport*. (S. 28-44) Jesteburg: Steffen Burmeister.
- Dilger, E. (2008). *Die Fitnessbewegung in Deutschland. Wurzeln, Einflüsse und Entwicklung*. Schorndorf: Hofmann.
- Döring, N. & Bortz, J. (2016). *Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften*. (5., vollst. überarb. Aufl.). Berlin: Springer.
- Fleig, A. (2008). *Körperkultur und Moderne. Robert Musils Ästhetik des Sports*. Berlin, New York: de Gruyter.
- Feldges, F. (1971). *Einige kritische Gedanken über Fitness*. In G. Schönholzer (Hrsg.). *Fitness als Begriff und Ziel*. (S. 9-13). Basel: Birkhäuser.
- FIBO (2018, April 15). *Abschlussbericht 2018: Größer und Internationaler – FIBO setzt Erfolgskurs fort*. Zugriff am 06.07.2018 <https://www.fibo.com/de/FIBO/Abschlussbericht-2018/793/>

- Flicke, T. (2009). *Sport & Fitness. Sportfachlich beraten und betreuen*. Berlin: Cornelsen.
- Gabler, H. (2002). *Motive im Sport: motivationspsychologische Analysen und empirische Studien*. Schorndorf: Hofmann.
- Gavin, J. & Mcbrearty, M. (2013). *Lifestyle wellness coaching*. (2. Aufl.). Champaign, IL: Human Kinetics.
- Gebauer, G. (2002). *Sport in der Gesellschaft des Spektakels*. Sankt Augustin: Academia-Verlag.
- Glück, D. (2010). *move! Best of Gym design*. Salenstein: Braun Publishing AG.
- Grupe, O. & Krüger, M. (1990) *Fitness-Studios im Verein als „verfremdete“ Sportkultur?*. In H.-G. Ilker & M. Ramme [Hrsg.]. *Fitness-Studio im Verein*. (S. 13-21). Ahrensburg bei Hamburg: Czwalina.
- Hänsel, F., Baumgärtner, S. D., Kornmann, J. & Ennigkeit, F. (2016). *Sportpsychologie*. Berlin: Springer.
- Heckhausen, J. & Heckhausen, H. (2010). *Motivation und Handeln*. (4., überarb. und erw. Aufl.). Berlin: Springer.
- Heinemann, K. & Schubert, M. (1990) *Haben kommerzielle Fitness-Studios eine Zukunft?*. In H.-G. Ilker & M. Ramme [Hrsg.]. *Fitness-Studio im Verein*. (S. 22-47). Ahrensburg bei Hamburg: Czwalina.
- Heinz, H. [Red.] & Beckmann, J. (2007). *Der Brockhaus Sport. Sportarten und Regeln, Wettkämpfe und Athleten, Training und Fitness* (6. Aufl.). Mannheim, Leipzig: F.A. Brockhaus.
- Herber, H.-J. (1985). *Motivationsanalyse: Theorie und Praxis*. Sindelfingen: Expert.
- Hohmann, A., Lames, M. & Letzelter, M. (2007). *Einführung in die Trainingswissenschaft*. (4., überarb. und erw. Aufl.). Wiebelsheim: Limpert.
- Hottenrott, K. & Neumann, G. (2014). *Trainingswissenschaft. Ein Lehrbuch in 14 Lektionen*. (2, überarb. Aufl.). Aachen: Meyer & Meyer.
- Kieser, W. (1997). *Die Seele der Muskeln. Krafttraining jenseits von Sport und Show*. Zürich, Düsseldorf: Walter.

- Krischke, M. (2007): *Motive im Fitness-Sport: ein Vergleich zwischen den Mitgliedern eines Premium- und eines Low-Cost-Fitnessclubs*. Wien: Universität Wien.
- Kutschera, F. (1998). *Ästhetik*. (2., erw. Aufl.). Berlin, New York: de Gruyter.
- Lehnert, K., Sudeck, G. & Conzelmann, A. (2011). *BMZI – Berner Motiv-und Zielinventar im Freizeit- und Gesundheitssport*. *Diagnostica*, 57 (3), 146-159.
- Leibold, G. (1988). *Wörterbuch der Psychologie. Handbuch der Fachbegriffe aus der Psychologie*. Wiesbaden: Englisch Verlag.
- Lippe, P. (2018). *Wie groß muss meine Stichprobe sein, damit sie repräsentativ ist? Wie viele Einheiten müssen befragt werden? Was heißt "Repräsentativität"?* Zugriff am 19.07.2018 unter <http://www.von-der-lippe.org/dokumente/Wieviele.pdf>
- Lühnenschloß, D. & Dierks, B. (2005). *Schnelligkeit*. Schorndorf: Hofmann.
- Lukas, G. (1982). *Der Sport im Alten Rom*. Berlin: Sportverlag.
- Meusel, H. (1988). *Sport ab 40. Aktiv für Fitness und Gesundheit*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Mickler, W. & Moser, T. (1988): *Warum Fitness-Studios attraktiv sind. Eine motivationspsychologische Analyse*. In N. Schulz & H. Allmer (Hrsg.), *Fitness-Studios. Anspruch und Wirklichkeit*. Sankt Augustin: Academia Verlag. S. 204-218.
- Moragas, M. (2001). *Information oder Produktion? Die neuen Synergieeffekte zwischen Massenmedien und Sport*. In K. Heinemann & M. Schubert (Hrsg.), *Sport und Gesellschaften*. (S. 209-228) Schorndorf: Hofmann.
- Norden, G. & Schulz, W. (1988). *Sport in der modernen Gesellschaft*. Linz: Universitätsverlag R. Trauner.
- Paul, S. (1995). *Mit Kraft und viel Gefühl. Trainingspsychologie des Körpers und des Körperbewusstseins*. Stuttgart: Information und Medien.
- Pernkopf, C. (2006). *Motive, Training und Trainingseffekte im Fitnessstudio ab dem vierzigsten Lebensjahr*. Wien: Universität Wien.
- Rahman, C. A. & SCHWARZ M. (2011). *iSPORT. Mit Smartphone, Pulsuhr, Web & Co. zu besten Trainingsergebnissen*. München: Carl Hanser.

- Rasch, B., Friese, M., Hofmann, W. & Naumann, E. (2010). Quantitative Methoden 1. Band 1. SPSS Ergänzungen. Heidelberg: Springer. Zugriff am 17.07.2018 unter [http://www.quantitative-methoden.de/Dateien/Auflage3/Band I/Kapitel 3 SPSS Ergaenzungen A3.pdf](http://www.quantitative-methoden.de/Dateien/Auflage3/Band_I/Kapitel_3_SPSS_Ergaenzungen_A3.pdf)
- Redaktion Springer (2018). *Implizite und explizite Motive*. Zugriff am 08.07.2018 unter <https://lehrbuch-psychologie.springer.com/content/implizite-und-explizite-motive>
- Rheinberg, F. & Vollmeyer, R. (2012). *Motivation*. (8., akt. Aufl.). Stuttgart: W. Kohlhammer GmbH.
- Rothermund, K. & Eder, A. (2011). *Allgemeine Psychologie: Motivation und Emotion*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/Springer.
- Röthig, P. (1983). *Sportwissenschaftliches Lexikon*. (5., neu bearb. Aufl.). Schorndorf: Hofmann.
- Rudolph, U. (2013). *Motivationspsychologie kompakt*. (3., vollst. Überarb. Aufl.). Weinheim, Basel: Beltz.
- Schönholzer, G. (1971). *Was ist Fitness?* In: Schönholzer, G. (Hrsg.). *Fitness als Begriff und Ziel*. (S. 9-13). Basel: Birkhäuser.
- Schmalt, H.-D. & Langens, T. A. (2009). *Motivation*. (4., vollst. überarb. und erw. Aufl.). Stuttgart: W. Kohlhammer.
- Schulz, N. & Allmer, H. (Hrsg.) (1988). *Fitness-Studios. Anspruch und Wirklichkeit*. Sankt Augustin: Academia Verlag.
- Schwarzenegger, A. & Dobbins, B. (1986). *Das Große Bodybuilding Buch*. München: Wilhelm Heyne.
- Statista (2018): *Mitgliederzahl der Fitnessstudios in Deutschland von 2003 bis 2016 (in Millionen)*. Zugriff am 11.03.2018 unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/5966/umfrage/mitglieder-der-deutschen-fitnessclubs/>
- Statistik Austria (2018). *Bildungsstand der Bevölkerung*. Zugriff am 19.07.2018 unter https://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bildung_und_kultur/bildungsstand_der_bevoelkerung/index.html

- Tiefenthaler, G. (2018). „Große Verschandelungstendenzen“. Zugriff am 20.07.2018 unter <https://orf.at/stories/2420607/2420608/>
- Touny, A.D. & Wenig, St. (1969). *Der Sport im Alten Ägypten*. Leipzig: Edition Leipzig.
- Töpfer, A. (2012). *Erfolgreich Forschen. Ein Leitfaden für Bachelor-, Master-Studierende und Doktoranden*. (3., überarb. und erw. Aufl.). Wiesbaden: Springer.
- Wydra, G. (1996). *Gesundheitsförderung durch sportliches Handeln. Sportpädagogische Analysen einer modernen Facette des Sports*. Schorndorf: Hofmann.
- WKO (2016). *European Health & Fitness Market Report 2016*. Zugriff am 09.07.2018 unter <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/freizeit-sportbetriebe/European-Health-Report-Fitness-2016.pdf>
- WKO (2017). *Der Fitness-Markt in Österreich. Zahlen zu Fitness in rot-weiß-rot*. Zugriff am 05.07.2018 unter <https://www.wko.at/site/Fitnessbetriebe/Der-Fitness-Markt-in-Oesterreich.html>
- WKO (2018). *Mitgliederzahlen Fitnessbetriebe (2000-2017)*. Zugriff am 05.07.2018 unter <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/freizeit-sportbetriebe/mitgliederzahlen-fitnessbetriebe.pdf>
- Zarotis, G. (1999). *Ziele Fitness-Club: Motive im Fitness-Sport. Gesundheit? Aussehen? Ausgleich? Spaß?* Aachen: Meyer und Meyer.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Einleitung Fragebogen.....	43
Abb. 2: Altersgruppen in 10er-Schritten	56
Abb. 3: Bildungsstand	58
Abb. 4: Angebot Fitnessstudios.....	62
Abb. 5: Nutzung der Fitnessbereiche	63
Abb. 6: Durchschnittliche Übereinstimmung Gesundheit/Fitness nach Einkommen	77
Abb. 7: Ausübung weiterer Sportarten	89
Abb. 8: Zustimmung zu Motiv	90

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Forschungsfragen	37
Tabelle 2: BMZI und erweiterte Items	40
Tabelle 3: Faktorenanalyse BMZI-Items	46
Tabelle 4: Relibilitätsanalyse BMZI	48
Tabelle 5: Ergebnis Faktorenanalyse alle Items.....	49
Tabelle 6: Altersgruppen nach Literaturempfehlung	56
Tabelle 7: Familienstand	57
Tabelle 8: monatliches Einkommen	59
Tabelle 9: Bundesländeraufteilung.....	60
Tabelle 10: monatliche Ausgaben	61
Tabelle 11: Trainingserfahrung und –dauer	65
Tabelle 12: Ergebnisse Itemliste	66
Tabelle 13: Ergebnisse Motiv-Bereiche	69
Tabelle 14: Unterschiede in den Motiven nach Geschlecht.....	71
Tabelle 15: Unterschiede in den Motiven nach Altersklassen	72
Tabelle 16: Unterschiede in den Motiven nach weiterer Sportart.....	74
Tabelle 17: Unterschiede in den Motiven nach monatlichen Nettoeinkommen	76
Tabelle 18: Unterschiede in den Motiven nach höchster abgeschlossener Ausbildung	78
Tabelle 19: Zusammenhang Motive und Alter	79
Tabelle 20: Zusammenhang Motiv und Ausgaben	80
Tabelle 21: Zusammenhang Motive und Trainingsjahre	81
Tabelle 22: Zusammenhang Motive und genutzte Monate	82
Tabelle 23: Zusammenhang Motive und Trainingseinheiten pro Woche	82
Tabelle 24: Zusammenhang Motive und Dauer einer Trainingseinheit in Minuten	83

Anhang

Fragebogen

Liebe Fitnesssportlerin, Lieber Fitnesssportler,

Im Rahmen unserer Diplomarbeit beschäftigen wir uns mit den Themen „Motive in Fitnessstudios“ und „Motive in Fitnesskursen“.

Wir möchten dabei herausfinden, was Menschen dazu bewegt ein Studio bzw. Fitnesskurse zu besuchen und welche Motive für den regelmäßigen Besuch verantwortlich sind.

Ziel ist es, Erkenntnisse über die Situation in Österreich zu gewinnen und diese möglicherweise als Grundlage für zukünftige Initiativen der sportlichen Förderung nutzen zu können.

Da es hierbei um Ihre persönliche Meinung geht, gibt es keine richtigen oder falschen Antworten. Ebenso werden die Daten anonym und stets vertraulich behandelt. Wir bitten Sie daher um ehrliche und vollständige Antworten, sodass eine verlässliche Auswertung und ein repräsentatives Ergebnis erzielt werden können. Bitte nehmen Sie sich die Zeit um den Fragebogen vollständig auszufüllen.

Für die Teilnahme an der Umfrage ist es egal, wie lange Sie bereits in einem Fitnessstudio eingeschrieben sind bzw. wie lange Sie bereits Fitnesskurse besuchen. Einzige Voraussetzung ist, dass Ihr Fitnessstudio in Österreich ist bzw. Ihr Fitnesskurs in Österreich gehalten wird.

Nach Beendigung des Fragebogens haben Sie die Möglichkeit Ihre e-mail-Adresse anzugeben. Diese wird getrennt vom Fragebogen gespeichert (d.h. es können keine Rückschlüsse auf die Antworten gezogen werden) und dient dazu, dir die Ergebnisse der Studie zukommen zu lassen.

Bei Fragen können Sie uns gerne per Mail kontaktieren: forschung.sportpsychologie@univie.ac.at

Dauer für diesen Fragebogen: ca. 10 min

Vielen Dank für Ihre Mithilfe!

Magda Liss

Herbert Thonhauser

Dr. Clemens Ley

Mit dem Klicken auf „Weiter“, erkläre ich meine freiwillige Teilnahme an der Studie und mein Einverständnis, dass die Daten für wissenschaftliche Zwecke anonym genutzt werden können.

Persönliche Daten

[] Geschlecht *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- weiblich
- männlich

[] Alter (...in Jahren) *

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

[] Welche ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Pflichtschule
- Lehre
- Meister
- Berufsbildende Schule ohne Matura
- Berufsbildende Schule mit Matura (HAK, HTL, HBLA, ...)
- Allgemeinbildende höhere Schule
- Universität/Fachhochschule
- Sonstiges

[] Wie ist Ihr derzeitiger Familienstand? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ledig
- verheiratet
- geschieden
- verwitwet
- eingetragene Lebenspartnerschaft

[]Wie hoch ist Ihr monatliches Nettoeinkommen?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- 0 - 450 €
- 451 - 1.000 €
- 1.001 - 1.500 €
- 1.501 - 2.000 €
- 2.001 - 2.500 €
- 2.501 - 3.000 €
- 3.001 - 3.500 €
- 3.501 - 4.000 €
- mehr als 4.000 €

Monatliches Nettoeinkommen: Netto-Gehalt, Taschengeld, Stipendium, Karenzentgelt, Alimente, etc.

Ausübung der Sportart

[]Wo betreiben Sie Fitnesssport hauptsächlich? *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Fitnessstudio
- Verein
- Universitätssport

[]Wie hoch sind Ihre monatlichen Ausgaben für die Nutzung des Fitnessstudios (inkl. Trainerstunden)?

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Fitnessstudio' bei Frage '6 [P1_]' (Wo betreiben Sie Fitnesssport hauptsächlich?)

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- € 0,- pro Monat
- bis € 30,- pro Monat
- bis € 60,- pro Monat
- bis € 90,- pro Monat
- bis € 120,- pro Monat
- bis € 150,- pro Monat
- bis € 180,- pro Monat
- mehr als € 180,- pro Monat

[] Welche Bereiche bietet Ihr Fitnessstudio an? *

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Fitnessstudio' bei Frage '6 [P1_]' (Wo betreiben Sie Fitnesssport hauptsächlich?)

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Kraftbereich
- Cardio-/Ausdauerbereich
- Koordinations-Bereich
- Kraft-Gruppenstunden (zB Hot Iron, Pump,...)
- Ausdauer-Gruppenstunden (zB Spinning, Zumba,...)
- Ruhige Gruppenstunden (zB QiGong, Yoga,...)
- Wellnessbereich/Sauna
- Schwimmbecken
- weitere Sportarten (zB Kampfsportarten, Squash,...)
- sonstiges

[] Welche sonstigen Bereiche sind das?

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'sonstiges' bei Frage '8 [P3_]' (Welche Bereiche bietet Ihr Fitnessstudio an?) und Antwort war 'Fitnessstudio' bei Frage '6 [P1_]' (Wo betreiben Sie Fitnesssport hauptsächlich?)

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

[] Welche Bereiche nutzen Sie in Ihrem Fitnessstudio regelmäßig?

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Fitnessstudio' bei Frage '6 [P1_]' (Wo betreiben Sie Fitnesssport hauptsächlich?)

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	4 = jedes Mal	3 = häufig	2 = selten	1 = nie
Kraftbereich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cardio-/Ausdauerbereich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koordinationsbereich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kraft-Gruppenstunden (zB Hot Iron, Pump,...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausdauer- Gruppenstunden (zB Spinning, Zumba,...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruhige Gruppenstunden (zB QiGong, Yoga,...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wellnessbereich/Sauna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schwimmbecken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
weitere Sportarten (zB Kampfsportarten, Squash,...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sonstiges	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[] Welche sonstigen Bereiche sind das?

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war '4 = jedes Mal' oder '3 = häufig' oder '2 = selten' bei Frage '10 [P4_]' (Welche Bereiche nutzen Sie in Ihrem Fitnessstudio regelmäßig? (sonstiges)) und Antwort war '4 = jedes Mal' oder '3 = häufig' oder '2 = selten' bei Frage '10 [P4_]' (Welche Bereiche nutzen Sie in Ihrem Fitnessstudio regelmäßig? (sonstiges)) und Antwort war '4 = jedes Mal' oder '3 = häufig' oder '2 = selten' bei Frage '10 [P4_]' (Welche Bereiche nutzen Sie in Ihrem Fitnessstudio regelmäßig? (sonstiges)) und Antwort war '4 = jedes Mal' oder '3 = häufig' oder '2 = selten' bei Frage '10 [P4_]' (Welche Bereiche nutzen Sie in Ihrem Fitnessstudio regelmäßig? (sonstiges)) und Antwort war 'Fitnessstudio' bei Frage '6 [P1_]' (Wo betreiben Sie Fitnesssport hauptsächlich?)

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

[] Seit wie vielen Jahren besuchen Sie ein Fitnessstudio? *

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Fitnessstudio' bei Frage '6 [P1_]' (Wo betreiben Sie Fitnesssport hauptsächlich?)

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

[]Wie viele Monate im Jahr nutzen Sie das Fitnessstudio durchschnittlich? *

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Fitnessstudio' bei Frage '6 [P1_] (Wo betreiben Sie Fitnesssport hauptsächlich?)

Jede Antwort darf maximal 12 sein

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

[]Wie viele Einheiten pro Woche nutzen Sie das Fitnessstudio durchschnittlich? *

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Fitnessstudio' bei Frage '6 [P1_] (Wo betreiben Sie Fitnesssport hauptsächlich?)

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

[]Wie lange sind Sie pro Einheit durchschnittlich im Fitnessstudio (in Minuten)? *

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Fitnessstudio' bei Frage '6 [P1_] (Wo betreiben Sie Fitnesssport hauptsächlich?)

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Gesamtzeit (Gruppentraining und individuelles Training, ohne Wellness/Sauna oder Zeiten in Umkleide)

[]In welchem Bundesland besuchen Sie das Fitnessstudio/den Fitnesskurs? *

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Burgenland
- Kärnten
- Oberösterreich
- Niederösterreich
- Salzburg
- Steiermark
- Tirol
- Vorarlberg
- Wien
- Nicht in Österreich

Motive

[]

Als Kernstück der Studie möchten wir herausfinden, welche Motive dafür verantwortlich sind, dass Sie ein Fitnessstudio nutzen bzw. Fitnesskurse besuchen. Kreuzen Sie an, inwieweit die folgenden Aussagen auf Sie zutreffen.

Ich trainiere ... *

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1 = trifft gar nicht zu	2	3	4	5 = trifft völlig zu
... um mich in körperlich guter Verfassung zu halten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... vor allem um fit zu sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... vor allem aus gesundheitlichen Gründen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um abzunehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um mein Gewicht zu regulieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... wegen meiner Figur.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um mit anderen gesellig zusammen zu sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um etwas in einer Gruppe zu unternehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um etwas in einer Gruppe zu unternehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um dabei Freunde / Bekannte zu treffen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um dadurch Menschen kennen zu lernen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um durch den Sport neue Freunde zu gewinnen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... weil ich im Wettkampf aufblühe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um mich mit anderen zu messen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um sportliche Ziele zu erreichen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... wegen des Nervenkitzels.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... weil es mir Freude bereitet, die Schönheit der menschlichen Bewegung im Sport zu erleben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

... weil mir Sport die Möglichkeit für schöne Bewegungen bietet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um mich zu entspannen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	1 = trifft gar nicht zu	2	3	4	5 = trifft völlig zu
... vor allem aus Freude an der Bewegung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um neue Energie zu tanken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... weil ich mich so von anderen Problemen ablenke.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um Stress abzubauen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um meine Gedanken im Kopf zu ordnen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um Ärger und Gereiztheit abzubauen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um meine körperlichen Grenzen zu erkunden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um Verletzungen, Krankheiten, Schmerzen vorzubeugen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um körperlichen Beschwerden entgegen zu wirken.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... wegen der sozialen Atmosphäre unter den KursteilnehmerInnen / Fitnessstudiomitgliedern.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... weil ich es liebe mich völlig auszupowern.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um in einen Zustand zu kommen in dem alles herum keine Rolle spielt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... wegen dem Glücksgefühl während dem Training/Fitnesssport.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... weil dabei nur der Moment zählt und meine Gedanken voll auf die Aktivität fokussiert sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um dem Alltag zu entfliehen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... weil dabei meine Fähigkeiten mit den Anforderungen im Einklang sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Motive Fitnessstudio

[]

Als ergänzende Fragen zu dem Thema "Motive in Fitnessstudios" bitten wir Sie zusätzlich noch folgende Fragen zu beantworten.

Auch wenn ein paar Items ähnlich klingen, möchten wir Sie bitten diesen Teil vollständig zu beantworten.

Ich gehe ins Fitnessstudio ... *

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Fitnessstudio' bei Frage '6 [P1_] ' (Wo betreiben Sie Fitnesssport hauptsächlich?)

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1 = trifft gar nicht zu	2	3	4	5 = trifft völlig zu
... als Ausgleich zu meinen täglichen Aufgaben (Beruf, Studium, Hausarbeit, etc.).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um stärker zu werden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um Muskelmasse aufzubauen (größere Muskeln).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um bis ins hohe Alter fit zu sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... weil Frauen und Männer gemeinsam das Studio besuchen können.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um Anerkennung anderer Personen zu bekommen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um mich in einer anderen Sportart zu verbessern.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... weil ich dabei meinen persönlichen Style/Stil zeigen kann.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... weil ich mich von der Masse unterscheiden möchte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... weil ich mich gerne präsentiere.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... wegen des Fitness-Lifestyles.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... um dem Lifestyles meines Idols näher zu kommen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[]Aus welchem Bereich stammt Ihr Idol? *

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war '2' oder '3' oder '5' = trifft völlig zu' oder '4' bei Frage '26 [MF1_] (Als ergänzende Fragen zu dem Thema "Motive in Fitnessstudios" bitten wir Sie zusätzlich noch folgende Fragen zu beantworten. Auch wenn ein paar Items ähnlich klingen, möchten wir Sie bitten diesen Teil vollständig zu beantworten. Ich gehe ins Fitnessstudio ... (... um dem Lifestyles meines Idols näher zu kommen.)) und Antwort war '2' oder '3' oder '5' = trifft völlig zu' oder '4' bei Frage '26 [MF1_] (Als ergänzende Fragen zu dem Thema "Motive in Fitnessstudios" bitten wir Sie zusätzlich noch folgende Fragen zu beantworten. Auch wenn ein paar Items ähnlich klingen, möchten wir Sie bitten diesen Teil vollständig zu beantworten. Ich gehe ins Fitnessstudio ... (... um dem Lifestyles meines Idols näher zu kommen.)) und Antwort war '2' oder '3' oder '5' = trifft völlig zu' oder '4' bei Frage '26 [MF1_] (Als ergänzende Fragen zu dem Thema "Motive in Fitnessstudios" bitten wir Sie zusätzlich noch folgende Fragen zu beantworten. Auch wenn ein paar Items ähnlich klingen, möchten wir Sie bitten diesen Teil vollständig zu beantworten. Ich gehe ins Fitnessstudio ... (... um dem Lifestyles meines Idols näher zu kommen.)) und Antwort war '2' oder '3' oder '5' = trifft völlig zu' oder '4' bei Frage '26 [MF1_] (Als ergänzende Fragen zu dem Thema "Motive in Fitnessstudios" bitten wir Sie zusätzlich noch folgende Fragen zu beantworten. Auch wenn ein paar Items ähnlich klingen, möchten wir Sie bitten diesen Teil vollständig zu beantworten. Ich gehe ins Fitnessstudio ... (... um dem Lifestyles meines Idols näher zu kommen.))

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Familie/Freunde
- Fitness-Blogger
- Sport
- sonstiger

[]Wer ist es? *

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'sonstiger' bei Frage '27 [MF1_a] (Aus welchem Bereich stammt Ihr Idol?)

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Motive (2)

[]Gibt es für Sie Motive, die in der obigen Liste nicht angeführt wurden? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
 Nein

[]Welche? *

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Ja' bei Frage '30 [M2_]' (Gibt es für Sie Motive, die in der obigen Liste nicht angeführt wurden?)

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Andere Sportarten

[]Üben Sie neben dem Fitnessstudio/den Fitnesskursen noch andere Sportarten aus? *

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
 Nein

[]Welche Sportarten? *

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Ja' bei Frage '32 [P7_]' (Üben Sie neben dem Fitnessstudio/den Fitnesskursen noch andere Sportarten aus?)

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

- Wintersport (Skifahren, Langlaufen, Snowboarden etc.)
 Mannschafts-/Ballspiel (Basketball, Handball, Volleyball, etc.)
 Bergsport (Klettern, Bergsteigen, Wandern)
 Geräteturnen, Akrobatik, Slackline, Freerunning, Le Parcour, etc.
 Skateboarden
 Kampfsport (Judo, Karate, etc.)
 Leichtathletik (Laufen, etc.)
 Rückschlagspiele (Tennis, Tischtennis, Badminton, Squash)
 Radsport (Mountainbike, Rennrad, etc.)
 Surfen (Kitesurfen, Windsurfen, Wellenreiten), Segeln
 Tanzsport
 Golf
 Wassersport (Schwimmen, Turmspringen, etc.)
 Reitsport
 Andere Sportart

[] Welche weiteren Sportarten üben Sie aus, die oben nicht genannt wurden? *

Beantworten Sie diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:
Antwort war 'Andere Sportart' bei Frage '33 [P7_a]' (Welche Sportarten?)

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Feedback

[] Wie verständlich war für Sie der Fragebogen?

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1 = gar nicht verständlich	2	3	4	5 = sehr verständlich
Der Fragebogen war...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[] Wie sehr haben Sie sich bemüht, den Fragebogen ehrlich zu beantworten?

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ich habe mich bemüht, die Fragen ehrlich zu beantworten.
- Ich war neugierig, worum es in dem Fragebogen geht und habe mich nur durch die Fragen "durchgeklickt".

[] Sonstige Anmerkungen zum Fragebogen:

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Erklärung

Ich erkläre, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig verfasst habe und nur die ausgewiesenen Hilfsmittel verwendet wurden. Diese Arbeit wurde weder an einer anderen Stelle eingereicht (z. B. für andere Lehrveranstaltungen) noch von anderen Personen (z. B. Arbeiten von anderen Personen aus dem Internet) vorgelegt.
