universität wien

Magisterarbeit

Titel der Magisterarbeit

Motivation für Personal Training im Fitnessstudio

am Beispiel von John Harris Fitness

Verfasser

Martin Kronsteiner Bakk.

angestrebter akademischer Grad

Magister der Naturwissenschaften Mag rer. nat.

Wien, Juni 2010

Studienkennzahl lt. Studienblatt:	A 066 826
Studienrichtung lt. Studienblatt:	Magisterstudium Sportwissenschaft
Betreuerin / Betreuer:	Univ.-Prof. Dr. Otmar Weiß

Eidesstattliche Erklärung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt und auch noch nicht veröffentlicht.

Wien am 13.6.2010 Martin Kronsteiner

Inhaltsverzeichnis

Theoretischer Teil 5

1. Themenauswahl 5

2. Zielsetzung der Studie 6

3. Definitionen 7

3.1 Motivation 7
3.2 Personal Training 7
3.3 Fitness 8
3.4 Fitnessstudio 9

4. Personal Training 9
4.1 Geschichtliche Entwicklung des Personal Trainings 9
4.2 Arbeitsbereich von Personal Trainern 11
4.2.1 Selbstständige Personaltrainer 11
4.2.2 Personaltrainer in Fitnessclubs 11
4.2.3 Vergleich Home Personal Trainer & Personal Trainer im Fitnessstudio 13
4.3 Ausbildung zum Personal Trainer 13
4.4 Was ist das Besondere am Personal Training? 14
4.5 Persönlichkeitsprofil eines Personal Trainers 15
4.6 Studien zum Personal Training 18

5. Soziologische Aspekte von Fitness 19
5.1 Allgemeiner Wertwandel in der Gesellschaft 19
5.2 Wertewandel und Freizeit 19
5.2.1 Demographische Veränderungen 20
5.2.2 Wissenschaft und technischer Fortschritt 20
5.2.3 Kommerzialisierung 21
5.2.4 Individualisierung des Sportes 22

6. Motive und Motivation im Sport 22
6.1 Motive und Motiventwicklung 22
6.1.1 Leistungsmotiv 23
6.1.2 Anschlussmotiv 23
6.1.3 Machtmotiv 24
6.2 Motivierung 26
6.3 Extrinsische und intrinsische Motivation 26
6.4 Motive zum Betreiben von Sport 27
6.4.1 Soziale Anerkennung im Sport 27
6.4.2 Sport und Geselligkeit 28
6.4.3 Fitness 28
6.4.4 Gesundheit 28
6.4.5 Wohlbefinden 29
6.4.6 Aussehen 30

7. Sozialisation im Fitnesssport 31
7.1 Zusammenhang zwischen Schichtzugehörigkeit und Sportengagement 31

8. Aufbau eines modernen Fitnessclubs 33

8.1 Strukturmerkmale eines Fitnessstudios ... 34
8.1.1 Lage und die Größe der Studios ... 34
8.1.2 Räumlichkeiten ... 35
8.1.3 Angebot ... 36
8.1.4 Krafttraining ... 36
8.1.5 Ausdauertraining ... 37
8.1.6 Gruppentraining ... 37
8.1.7 Studiopersonal ... 37
8.1.8 Öffnungszeiten ... 38

9. John Harris ... 39
9.1 Angebote von John Harris Schillerplatz ... 39

Empirischer Teil ... 40
10. Forschungsfragen ... 40
10.1 Hypothesen ... 40
10.2 Methodik der Untersuchung ... 41
10.3 Stichprobe ... 41
10.4 Auswertungsverfahren ... 42

11. Darstellung der Ergebnisse und Interpretation ... 43
11.1 Soziodemografische Merkmale ... 43
11.1.1 Geschlecht ... 43
11.1.2 Alter ... 44
11.2 Berufstätigkeit ... 47
11.3 Ausbildung ... 50
11.4 Kriterien bei der Auswahl eines Fitnessstudios ... 52
11.4.1 Ausstattung ... 54
11.4.2 Betreuung ... 55
11.4.3 Preis ... 56
11.5 Seit wie vielen Jahren bei John Harris? ... 57
11.6 Wie viel Zeit pro Woche verbringe ich im Fitnessstudio? ... 59
11.7 Trainingserfolg ... 61
11.8 Erreiche meine Fitnessziele ... 62
11.9 Befriedigung durch Fitnesstraining ... 63
11.9.1 Mehr Selbstvertrauen ... 65
11.9.2 Freizeit besser nutzen ... 66
11.9.3 Besser behaupten ... 67
11.10 Motive für Fitnesssport ... 68
11.10.1 Fit sein ... 71
11.10.2 Attraktiv aussehen ... 72
11.10.3 Stress abbauen ... 73
11.10.4 Wohlbefinden steigern ... 74
11.11 Motive für Personal Training ... 75
11.11.1 Wahl des Personal Trainer ... 77
11.11.2 Wie groß ist der Anteil des Personaltrainers an meinem Trainingserfolg? ... 78

12. Zusammenfassung der Auswertung ... 79

13. Zusammenfassung ... 82

14. Literaturverzeichnis ... 86

Theoretischer Teil

1. Themenauswahl

Nachdem ich seit mehr als fünf Jahren bei John Harris Fitness als Personal Trainer arbeite, habe ich ein großes persönliches und unternehmerisches Interesse, die Motive für Fitnesssport und Personal Training zu erforschen. Die Ergebnisse sollen zum einen mir als Person, als auch dem Unternehmen John Harris darüber Aufschluss geben, was Mitglieder zum Fitnesssport und Personal Training motiviert, und wie diese Erkenntnisse eingesetzt werden können, um die Anzahl der Personal Trainings zu erhöhen.

Die Berufssparte Personal Trainer ist im Vergleich zum klassischen Sporttrainer eine relativ junge, aber rasch wachsende Berufsgruppe, die es sich zur Aufgabe macht, Menschen zu einer gesünderen und bewussteren Lebensweise zu verhelfen. In unserer heutigen Gesellschaft leiden viele Menschen, bedingt durch Mangel an Bewegung, an diversen degenerativen Erkrankungen wie zum Beispiel chronischen Rückenschmerzen, koronaren Herzkreislauferkrankungen, Adipositas und Stress. Die Betroffenen wissen, dass sie an ihrer Situation schnell etwas ändern müssen, nur fehlt ihnen einerseits das Fachwissen, wie sie gezielt ihre Probleme in den Griff bekommen können, andererseits schaffen sie es aufgrund mangelnder Motivation nicht, sich zum Training aufzuraffen.

Der Personal Trainer spielt mit seinen vielen fundierten Fähigkeiten, so zum Beispiel als Fitnessexperte, Motivator und Ernährungsberater, eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, dem/der Kunden/Kundin ein neues Lebensgefühl durch eine erhöhte Leistungsfähigkeit in Beruf und Alltag, eine Figurverbesserung oder einen schmerzfreien Rücken zu verschaffen. Meine Arbeit soll die Bedeutung des Personal Trainings für den Fitnesssport und die Vorteile für die Kunden herausarbeiten.

2. Zielsetzung der Studie

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit den unterschiedlichen Motiven von Mitgliedern für Fitnesssport und soll die Beweggründe für Personal Training erforschen.

Im ersten theoretischen Teil werden zunächst in Kapitel 3 die für meine Arbeit relevanten Begriffe "Motivation", "Personal Training", "Fitness" und "Fitnessstudio" erklärt. Das Kapitel 4 widmet sich intensiv dem Thema Personal Training. Dabei wird über die geschichtliche Entwicklung von Personal Training, den Arbeitsbereich des Personal Trainers, die Ausbildung zum Personal Trainer und das Persönlichkeitsprofil des Personal Trainers Wissenswertes anführt. Das Kapitel 5 geht auf den soziologischen Aspekte von Fitness ein. Schwerpunkt ist der allgemeine Wertewandel in unserer Gesellschaft. Weiters wird das veränderte Freizeitverhalten, bedingt durch demografische Veränderungen, den technischen Fortschritt, die zunehmende Kommerzialisierung und Individualisierung, beschrieben. Kapitel 6 befasst sich mit den Motiven und Motivatoren im Sport. Dabei wird näher auf die Termini "Motive", "Motiventwicklung", "Motivierung", "extrinsische und "intrinsische Motivation" eingegangen. Die Motive für sportliche Betätigung werden dabei ebenfalls ausführlich beschrieben. Kapitel 7 ist der Sozialisation im Fitnesssport gewidmet. Kapitel 8 skizziert den Aufbau eines modernen Fitnessclubs. Kapitel 9 geht auf die Entstehungsgeschichte von John Harris Fitness ein.

Der zweite Teil der vorliegenden Arbeit umfasst die empirische Untersuchung. In Kapitel 10 erläutere ich meine Forschungsfragen und die Hypothesen. In Kapitel 11 werden die Ergebnisse präsentiert. Anschließend werden in Kapitel 12 die wichtigsten Fragen noch einmal zusammengefasst.

3. Definitionen

3.1 Motivation

„Der Begriff Motivation leitet sich von dem lateinischen Wort "motivus" ab und bedeutet ursprünglich Bewegung auslösend." (Nerdinger, 1995, S.9)

„Motivation ist ein Sammelbegriff für vielerlei Prozesse und Effekte, deren gemeinsamer Kern darin besteht, dass ein Lebewesen sein Verhalten um der erwartenden Folgen willen auswählt und hinsichtlich Richtung und Energieaufwand steuert.“ (Heckhausen, 1989, S.10)

Bei der Motivation werden Handlungsalternativen in motivspezifischer Weise ausgewählt. Das Handeln ist abhängig von den jeweiligen Zielzuständen und wird für die Dauer der Handlung aufrecht gehalten. Die Motivation ist demnach immer etwas relativ kurzfristiges und situationsabhängiges. (Erdmann, 1983)

3.2 Personal Training

Der Begriff "Personal" stammt ursprünglich von dem lateinischen Wort "personalis" ab und wird mit "persönlich" übersetzt. Dieser Ausdruck soll die persönliche und intensive Betreuung ausdrücken, auf die gerade in dieser Berufssparte besonders viel Wert gelegt wird. (Kramer, 2007)

„Training ist die planmäßige und systematische Realisierung von Maßnahmen (Trainingsinhalte und Trainingsmethoden) zur nachhaltigen Erreichung von Zielen (Trainingsziele) im und durch Sport." (Hohmann, 2003, S.15)

Setzt man diese beiden Begriffe zusammen, so ergibt sich der Begriff "Personal Training": Eine individuelle, auf die jeweiligen Bedürfnisse abgestimmte Fitness-Trainingseinheit, welche sämtliche Eigenschaften und Wünsche des/der Kunden/in mit einbezieht, um so maximalen Nutzen und optimalen Trainingserfolg zu erzielen.

„Personal Training ist eine der innovativsten sportwissenschaftlichen Entwicklungen, die den Trend nach individueller und ganzheitlicher Klientenbetreuung marktfähig gemacht und professionalisiert hat". (Kieß, 2002, Einband)

3.3 Fitness

„John F. Kennedy sagte: Die Kraft der Demokratie ist so stark wie das allumfassende Wohlbefinden des Volkes, deshalb muss die Höhe der körperlichen, geistigen und moralischen Gesundheit, das allgemeine Fit-Sein, eines jeden Bürgers unser Streben sein.“ (Schönholzer, 1971, S.9)

Schönholzer versucht bei der Beantwortung der Frage:„Was ist Fitness?“, zuerst das englische Wort „fit“ zu beschreiben. Für dieses Wort gibt es keine wirklich adäquate Übersetzung. „Fit“ kann primär passend, geeignet, tauglich oder auch fähig bedeuten. Sekundär betrachtet wird das Wort auf den Sport bezogen als „gut in Form sein" übersetzt. Kennedy spricht von körperlicher und moralischer Gesundheit. Bedeutet das Fehlen von körperlichen und seelischen Krankheiten bereits Gesundheit? Ist eine Person, die keine offenkundigen Krankheiten aufweist, sich psychisch grundsätzlich wohl fühlt und in keinen sozialen Spannungen lebt ein gesunder und somit fitter Mensch? Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) definiert Fitness: „Wohlbefinden im psychischen, physischen, intellektuellen und sozialen Bereich“. Diese Definition hat aber einen Haken. Gemäß WHO Definition kann jemand bei bester Gesundheit sein, aber trotzdem über eine unter dem Durchschnitt liegende Leistungsfähigkeit verfügen. Genauso kann ein Sportler mit einem Herzfehler per Definition nicht gesund, aber trotzdem spannungsfrei und leistungsfähig sein. Der Begriff Fitness muss also umfassender sein und hat mehr zu bedeuten als nur „in guter Form.“ (Schönholzer, 1971)

Im folgenden sind einige gängige Definitionen von Experten wie Schönholzer und Röthig angeführt.

„Fitness umfasst eine gute körperliche Leistungsfähigkeit in harmonischer Ausgewogenheit ihrer Elemente: der Muskelkraft, der lokalen und allgemeinen aeroben und anaeroben Kapazität und der psychomotorischen Fähigkeiten, natürlich im Rahmen der in Biologie immer vorhandenen Schwankungsbreiten.“ (Schönholzer, 1971, S.10)

Röthig bezeichnet Fitness im Allgemeinen als die Lebenstauglichkeit des Menschen sowie dessen aktuelle Eignung für beabsichtigte Handlungen. Die Fitness eines Menschen umfasst alle Persönlichkeitsdimensionen und Handlungsfelder. Das bedeutet, dass das Lebenskonzept der Person sowie der Gesellschaft stark abhängig von den aktuellen Lebensbedingungen ist. So benötigt z.B. ein Bauer im Hochland von Peru eine andere Art von Fitness als ein Büroangestellter in einer Dienstleistungsgesellschaft. (Röthig, 1992)

3.4 Fitnessstudio

Das Fitnessstudios bietet eine spezielle Dienstleistung an und definiert sich folgendermaßen:

> „Auf das Fitnesstraining spezialisierte überwiegend kommerziell tätige Sporteinrichtung. [...] Ursprünglich dominierten Programmangebote zur Muskelbildung und Körperformung (Body building). Um der Komplexität des Fitnessanspruchs gerecht werden zu können, fanden später Trainingsformen und Trainingsgeräte für die Verbesserung der Kardiofitness Eingang in die Konzepte der progressiven Fitness. Ebenso ergänzen Ernährungshinweise, Möglichkeiten des mentalen und psychonervalen Trainings sowie Geselligkeit und Kommunikation die fitness-orientierten Konzepte." (Schnabel, 1994, S.300)

4. Personal Training

Personal Training entstand ursprünglich als Luxusgut und Privileg der Schönen und Reichen in den USA. Der immer noch anhaltende Fitnessboom hat die Situation für das Personal Training grundlegend verändert. Die Menschen leben gesundheitsbewusster und möchten deswegen verstärkt auf ihre körperliche Fitness achten. Jedoch fehlt es vielen Menschen an Zeit, Eigenmotivation und Wissen, wie man effizient seine persönlichen Fitness- und Gesundheitsziele erreichen kann. Der Personal Trainer übernimmt als Fitnessexperte/Fitnessexpertin und Motivator/in die Aufgabe, den Wunsch nach einer gesunden und vitalen Zukunft zu realisieren.

4.1 Geschichtliche Entwicklung des Personal Trainings

Noch vor der Wende in das dritte Jahrtausend war der Begriff Personal Trainer in Europa noch nahezu unbekannt. Nur wenige erkannten, dass es dabei um Sport geht. Diese Tatsache machte es dem Personaltrainer der ersten Stunde sehr schwer seine Dienstleistung entsprechend zu positionieren. Mittlerweile hat sich das Personaltraining einen festen Platz als Nischenprodukt im großen Fitness, Wellness- und Gesundheitsmarkt erobert und besitzt durchaus noch Steigerungspotenzial. (Freese, 2003)

Das Personal Training kommt wie die gesamte Fitnesswelle aus den USA. Als in den siebziger Jahren die ersten Fitnessstudios an der kalifornischen Küste ihre Pforten öffneten, gab es viele muskelbepackte Bodybuilder, aber es gab noch keine Kunden, die ein gesundheitsorientiertes Kraft- oder Ausdauertraining in einem Fitnessstudio absolvierten. Die eher spartanisch eingerichteten Fitnessstudios hatten nicht viel Ähnlichkeit mit den heutigen Multifunktionsan-

lagen, bestehend aus reichhaltigem Fitness- und Wellnessangebot. Die Betreiber boten gegen eine Gebühr nur das Equipment an und gaben dem Neumitglied vielleicht eine kurze Einweisung auf den Geräten. Gut ausgebildetes Trainerpersonal gab es zu diesem Zeitpunkt keines, da die Berufssparte des Trainers gerade am Entstehen war. In den frühen Achtzigern entstand ein auf besondere Ästhetikvorstellungen basierender Körperkult in der Bevölkerung und der Fitnesshype begann sich schnell auf andere Länder wie Großbritannien, Australien und Neuseeland auszudehnen. (Freese, 2003)

Das Krafttraining erfuhr auch durch den erfolgreichsten Bodybuilder aller Zeiten Arnold Schwarzenegger eine große Popularisierung. Trotz seines Rücktritts vom Wettkampfsport 1980 galt er immer noch als ein Aushängeschild für die Fitnessbranche und verhalf einem neuen Trend zum Durchbruch. Schwarzenegger kann deshalb durchaus als Ikone der Fitnessindustrie bezeichnet werden. Es kam durch ihn zu einer Kommerzialisierung des Bodybuildings. (Trachsel, 2003)

> „Die Bodybuilderszene verließ die dunklen Kellerräume, um den Weg in die sonnendurchfluteten Dachetagen zu wagen. Durch diesen krassen Klimawechsel begann sich auch der Sport zu verändern. Die Keller und Hinterhofstudios, die von einer kleinen verschworenen Gemeinschaft Besessener besucht wurden, die beim Stemmen der Gewichte geschrien und gestöhnt haben und den romantisch und konspirativen Hauch einer Subkultur verbreiteten, wurden Schritt für Schritt durch große Fitnesstempel ersetzt.“ (Wedemeyer, 1996, S.141)

Anfang der 80er gesellte sich neben dem Bodybuilding das Aerobic, eine sanftere Variante des Körpertrainings, zur Fitnessbewegung hinzu. Aerobic, ein spezielles Ausdauertraining, mit einer Mischung aus Gymnastik, Rhythmik, Tanz und leichtem Krafttraining, schaffte es erstmals auch Frauen in Fitnesscenter zu bringen und löste eine wahre Fitnesswelle aus. Urmutter des Aerobic war Jane Fonda, die 1982 sogar das erste Fitnessvideo auf den Markt brachte, in dem sie legendär in eng anliegendem Body, elastischen Leggings, Stirnband und Fußwärmer (Stulpen) zur Bewegung anregte. Aerobic wurde zu einem festen Bestandteil der Fitness-Bewegung und wäre heutzutage nicht mehr wegzudenken. (Lipps, 2001)

In diesem Sog der Ereignisse waren die wenigen Fitnessstudios zu Beginn überfordert, da die Betreiber kein geeignetes Betreuungspersonal zur Verfügung stellen konnten. Die Neumitglieder hatten entweder die Wahl, sich selbstständig dem Kampf mit dem Eisen zu stellen oder sich mit den Diensten eines mehrheitlich selbst ernannten „Trainers" anzuvertrauen, der/die im allgemeinen als erfahrener Kraftsportler/in am gleichen Ort die Hanteln stemmte.

So entstanden die ersten Personal Trainings. Erfahrene Kraftsportler/innen verkauften ihr selbstangelerntes Wissen an Neueinsteiger/innen. (Freese, 2003)

4.2 Arbeitsbereich von Personal Trainern

Personal Trainer arbeiten meist in zwei verschieden Bereichen. Entweder sie arbeiten in der freien Wirtschaft auf selbstständiger Basis oder sie arbeiten als Angestellte in einem Fitnessstudio. Eine Mischform, nämlich dass ein selbstständiger Personal Trainer sich in einem Fitnessstudio einmietet, kommt eher selten vor, da Betreiber/innen von Fitnessstudios nicht zum Haus gehörende Personal Trainer meist als Konkurrenz zu ihren eigenen sehen.

4.2.1 Selbstständige Personaltrainer

Personal Trainer, die auf selbstständiger Basis arbeiten, müssen sich einer spezielles Marketingstrategie bedienen, welche zielgenau auf das Publikum abgestimmt sein sollte. Der freiberufliche Personal Trainer muss also genau diese Klientel ansprechen, welche noch nicht von der Fitnessbranche abgedeckt wird. Bewegungsexperten/innen, die mit Physiotherapie-Praxen, Rehazentren oder anderen medizinischen Einrichtungen zusammenarbeiten, haben es leichter neue Kundschaft zu akquirieren. Die Akquise in der Therapie ist sehr leicht, da der/die Kunde/in mit Krankenschein zum/zur Physiotherapeuten/in kommt. Ist die Therapie beendet, sollte der Personal Trainer anstreben, den/die Kunden/in privat weiter zu betreuen und in Richtung gesunder Lebensweise zu coachen. (Freese, 2003)

Was gibt es Besseres, als Kunden/innen über das österreichische Gesundheitssystem zugewiesen zu bekommen? Der Personal Trainer erspart sich auf diese Weise teures Marketing. Bewegungsexperten/innen, die in Gesundheitsbetrieben arbeiten, können sich so einen klaren Wettbewerbsvorteil verschaffen.

4.2.2 Personaltrainer in Fitnessclubs

Heute kann davon ausgegangen werden, dass in qualitativ hochwertigen Fitnessstudios auch ebensolche Personal Trainer der Kundschaft zur Verfügung stehen. Die meisten großen Fitnessketten wie John Harris haben ihre eigenen Personaltrainer, die meist Angestellte im Fitnessclub sind.

Manche Clubs erlauben auch externen Personal Trainern in ihren Häusern zu trainieren. Es wird jedoch von den/der Clubmanagern/Clubmanagerin nicht gern gesehen, wenn Logos externer Personal Trainer den arrivierten Mitgliedern ins Auge springen. (Freese, 2003)

Die großen Ketten, mit ihren weiträumigen und modernen Fitnessanlagen, machen den selbstständigen Personal Trainer, die zwar mit ihrer Mobilität punkten können, starke Konkurrenz. Das ist auch der Grund, warum viele Personal Trainer in exklusiven Ketten wie John Harris Fitness arbeiten. Durch die besonders breite Vielfalt an Geräten kann man seine Kundschaft nicht nur optimal betreuen, sondern auch die nötige Abwechslung bieten, um keine Langeweile aufkommen zu lassen. Der Personal Trainer hat auch in den Clubs eine besondere Bedeutung. Zum einem kann das Fitnessstudio durch den Personal Trainer Zusatzeinnahmen lukrieren und zum anderen bindet der Personal Trainer die Mitglieder an sich und in weiterer Folge an den Club. Fühlen sich die Kunden/innen gut betreut, dann werden sie auch dem Club treu bleiben und das bringt dem Eigentümer fixe Einnahmen über den Clubbeitrag. In einem Fitnessclub ist die Akquise neuer Kundschaft wesentlich einfacher als auf dem freien Markt. Der/Die Kunde/in wird von einem/einer Sales-Mitarbeiter/in eingeschrieben und hat in der Einschreibegebühr, die sich bei John Harris zwischen 90 und 390 Euro beläuft, zumindest ein Einführungstraining inkludiert. Je nach Höhe der Gebühr sind bis zu drei Trainings und auch ärztliche Leistungen in dem Paket enthalten. Der Personal Trainer bekommt den Neukunden oder die Neukundin quasi auf dem Silbertablett serviert, kann dem/der Kunden/in in einer kompetenten Beratung Schwachstellen aufzeigen und konkrete Lösungsvorschläge bieten. Mit gezielten Fragen findet der Personal Trainer heraus, welche Ziele die Person hat und versucht in einem Beratungsgespräch zu erklären, was notwendig wäre, um die aufgestellten Ziele auch zu erreichen. Das Mitglied wird sich im Idealfall über kurz oder lang für das Training mit dem Personal Trainer entscheiden. Der Personal Trainer im Club hat also einen großen Vorteil, da die Kundschaft ohnehin auf ihn/sie zukommt, um sich mehr als nur einen Tipp zu holen.

4.2.3 Vergleich Home Personal Trainer & Personal Trainer im Fitnessstudio

Home Personal Trainer

Pro

Der Home Personal Trainer arbeitet unabhängig, kann sich seine Arbeitszeiten, sein Honorar und die Kunden selbst aussuchen.

Contra

Der Home Personal Trainer muss sich um die Rekrutierung der Kunden selbst kümmern und muss in gezieltes Marketing investieren (Werbung, Internetauftritt, Flyer,….).

Personal Trainer im Club

Pro

Der Fitness Personal Trainer kann über den Club die Kunden rekrutieren, hat keine zusätzlichen Kosten für Marketingmaßnahmen, verfügt über ein geregeltes Einkommen, hat die modernsten Geräte zur Verfügung und kann den Kunden ein abwechslungsreicheres Training bieten.

Contra

Der Personal Trainer hat keine freie Preisgestaltung und ist abhängig vom Clubmanagement.
(Freese, 2003)

4.3 Ausbildung zum Personal Trainer

Die Bezeichnung Personal Trainer ist längst kein exotisches Fremdwort mehr. Denjenigen, die sich intensiver mit ihrem Körper beschäftigen, ist der Begriff Personal Training bestimmt schon begegnet, und sei es nur in einer Fitnesszeitschrift. Personal Trainer ist kein Lehrberuf, aber eben diese Tatsache macht das Thema auch interessant und eröffnet viele interessante Einstiegs- sowie persönliche Entwicklungsmöglichkeiten, die andere Berufe in dieser Form nicht bieten können. Meist führt der Weg zum Personal Trainer über eine klassische Fitnesstrainerausbildung. Nachdem sich Ausbildungen im Fitnesssektor einer besonderen Nachfrage erfreuen, wird der österreichische Markt von diversen Fitnessausbildungen überflutet. Wie kann man nun eine gute Ausbildung erkennen? Generell sollte man von diversen Wochenend-Fitnessausbildungen eher absehen. Seriöse Ausbildungen dauern meist zwischen ein und vier Jahre. Das Studium der Sportwissenschaften in Wien, Graz, Innsbruck und Salzburg ist die höchste Ausbildung auf diesem Bereich. In acht Semestern bekommt man ein fundiertes Wissen in den Bereichen Sportsoziologie, Physiologie, Trainingsintervention- und -therapie und

Bewegungs- und Sportpädagogik, Sportmanagement, Prävention, Rehabilitation und Trainingswissenschaft.

Die "Bundeslehranstalt für Leibeserziehung" in Linz ist allerdings die einzige staatlich anerkannte Fitness Trainer Ausbildungsstätte. Der einsemestrige Lehrwartkurs umfasst Lehreinheiten im Umfang von 145 Stunden und der auf dem Lehrwart aufbauende dreisemestrige Trainerkurs umfasst 500 Lehreinheiten. In dieser Ausbildung werden auf sehr hohem Niveau Fächer wie Funktionelle Anatomie, Bewegungslehre, Trainingswissenschaften und praxisbezogene Übungen gelehrt. Neben den staatlichen Ausbildungen gibt es noch eine Menge an privaten Ausbildungsinstituten, die von der Grundausbildung bis zur spezifischen Fachausbildung alles anbieten. Je breiter gefächert das Ausbildungsspektrum eines Personal Trainers ist, um so mehr Kundenerwartungen können erfüllt werden.

Fitnesstraining oder Personaltraining ist kein bzw. noch kein reglementiertes Gewerbe. Es gibt für die Berufstätigkeit des Personal Trainers keine spezielle Ausbildung. Die Berufsbezeichnung des Personal Trainer ist demnach nicht geschützt. Das bedeutet, dass jeder, der sich berufen fühlt, sich als Personal Trainer bezeichnen kann. Diese Tatsache ist für die Branche extrem gefährlich, da schlecht ausgebildete Personal Trainer dem Ruf dieses aufstrebenden Berufsstandes Schaden zufügen. Daher sollte also jeder angehende Personal Trainer verantwortungsvoll und seriös an dieses Thema herantreten und seine Ausbildung zum Personal Trainer gezielt und systematisch gestalten. (Kieß, 2003)

4.4 Was ist das Besondere am Personal Training?

Das Besondere am Personaltraining ist die One on One Betreuung, die dahinterliegende Idee, eine Person zu motivieren, zu unterrichten, in Bewegungen und Geräte einzuweisen und ganzheitlich zu betreuen. Der Kunde/ Die Kundin zahlt dafür, dass der Personal Trainer sich für den festgelegten Zeitraum ausschließlich auf ihn/sie konzentriert. Im Prinzip hat jeder Leistungssportler/in einen eigenen Personal Trainer, der den/die Sportler/in schon über viele Jahre aufgebaut hat. Der/Sportler/ Die Sportlerin konnte nicht zuletzt durch die intensive und individuelle Betreuung seines Trainers zu einem/er erfolgreichen Sportler/in heranreifen. Das Personaltraining ist daher keine "Erfindung der Amerikaner", sondern im Sport schon seit jeher bekannt. (Freese, 2003)

Die persönliche Erfahrung des Autors zeigt, dass Mitglieder, die ein Personaltraining in Anspruch nehmen, durch das Know How und die motivierende Unterstützung des Personal Trainers schon nach kurzer Zeit die ersten Trainingserfolge feststellen können.

Allerdings ist Personal Training eine Dienstleistung, die sich gemessen an der Gesamtbevölkerung nur wenige leisten können. Trotz der vielen Vorteile des Personal Trainings ist und bleibt es wahrscheinlich ein elitäres Nischenprodukt. Das Personal Training ist für Menschen mit dicht gedrängten Terminkalendern, die über das nötige Budget verfügen, wie geschaffen. Der Trainingsort, egal ob im Wald, im heimischen Fitnesskeller oder im Fitnessclub, kann frei und situativ gewählt werden und somit variabel in den Alltag integriert werden. Als Personaltrainer ist es besonders wichtig flexibel auf die Bedürfnisse der Kundschaft zu agieren, frei nach dem Motto „Der Kunde/Die Kundin ist immer König!“ (Freese, 2003)
Ein Personal Trainer führt regelmäßige Soll-/Ist-Abweichungsanalysen zur kontinuierlichen Zielkontrolle durch. Der Person wird eine inhaltliche und zeitliche Planung zur optimalen Zielerreichung geboten. Der Personal Trainer ist gleichsam ein kompetenter Fitnessarchitekt, der einen optimalen Plan, bestehend aus wissenschaftlich fundierten Trainings- und Ernährungsempfehlungen, zur Steigerung der Fitness des/der Kunden/in wirft. Dabei versucht der Personal Trainer die oftmals knappe Zeit des/der Kunden/in so effizient wie möglich zu nutzen. Durch das Training wird die Lebensqualität durch Erhöhung der Vitalität und physischen Leistungskraft (Muskelaufbau, Ausdauerleistungsfähigkeit) gesteigert. Durch regelmäßige Terminvereinbarung schafft es der Personal Trainer den/die Trainierenden/Trainierende zu motivieren und stellt dadurch eine Verbindlichkeit her, damit die Person am Ball bleibt. Körperliche Fitness muss hart erarbeitet werden. Es braucht auch harte Arbeit diese zu halten. (Freese, 2003)

4.5 Persönlichkeitsprofil eines Personal Trainers

Als selbstständiger Personal Trainer ist man auch ein Unternehmer, mit allen sozialen, wirtschaftlichen und finanziellen Konsequenzen. Neben einem fundierten sportfachlichen Wissen und eigener Fitness sind Kenntnisse aus den Bereichen Betriebswirtschaft, Kundengewinnung, Kundenbetreuung und Marketing ebenso notwendig. Auf Grunde dieses relativ hohen Anspruches an den Personal Trainer sind eine gewisse persönliche Reife und ein bestimmtes Maß an Berufs- und Lebenserfahrung von Bedeutung. Ein Personal Trainer bekommt das Vertrauen von Menschen, sich um deren Gesundheit und Körper zu kümmern. Das ist eine bedeutsame Verantwortung und setzt hohe Qualifikation und geistige Reife voraus. Im Folgenden eine tabellarischen Übersicht, die geforderten Eigenschaften und Persönlichkeitsmerkmale eines kompetenten Personal Trainers aufzeigt:

Tabelle 1 Trainereigenschaften (Kieß, 2003,S. 26)

Eigenschaften	Mindestens 25 Jahre
Selbstbewusst	• von sich überzeugt • Sicherheit und Kompetenz vermitteln
Zuverlässig	• Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit • verantwortungsvolles Vorbild sein • ehrliches und seriöses Auftreten • diskreter und professioneller Umgang mit den Kunden
Flexibel	• auf verschiedene Menschentypen einstellen • anpassungsfähig
Kreativ /innovativ	• ideenreich • neue Trainingspläne entwickeln • neue Wege entdecken • Training abwechslungsreich gestalten
Sozial kompetent	• Ziele des Kunden ernst nehmen • gutes Maß an Menschenkenntnis • sensibel auf den Kunden und dessen Wünsche eingehen • kritikfähig • zuhören können und mit Rat und Tat zur Seite stehen • mit unterschiedlichen Charakteren umgehen
Zielbewusst	• Ziele des Kunden zu den eigenen Zielen machen • realistische Ziele vereinbaren und erarbeiten • sinnvolle und effektive Trainingsvorgänge vereinbaren • Bewusst den Kunden in dessen Interesse führen
Strebsam	• konsequent selbstständig und organisiert arbeiten • mit Ruhe bewusst und langfristig ein Ziel verfolgen
Höflich und gewandt	• positives, freundliches Auftreten • offene sympathische Art • ausgeglichenes, zufriedenes Wesen • gepflegtes Äußeres

Tabelle 2 Trainerfähigkeiten (Kieß, 2003, S. 27)

Fähigkeiten	
Strukturiert Denken	• den Klienten bereits gedanklich analysieren • eine Einstufung der Person vornehmen
Motivieren	• loben, bestätigen, animieren • Ziele erreichen, Erfolge aufzeigen • den Klienten positiv beeinflussen, für Neues begeistern • durch Kompetenz überzeugen • Bereitschaft und Aktivität bekunden • den Kunden respektieren und schätzen • den Klienten in seinem Vorhaben unterstützen, auf ihn eingehen und bestätigen • den Kunden im reellen Rahmen seiner Möglichkeiten sportlich fordern
Psychologisch und pädagogisch denken und handeln	• Hands on sensibel einsetzen • Inhalte und Übungen didaktisch vermitteln • Verhaltensmuster und Ängste in Bezug auf das Training verstehen und einordnen • angemessene Übungen anweisen • Alternativen anbieten
Kommunikation gezielt und bewusst einsetzen	• zuhören, verstehen, auswerten und entsprechend reagieren = aktives Zuhören • gezielt Fragen stellen, notwendige Nähe aufbauen und gesunde Distanz halten • Anweisungen systematisch und verständlich formulieren • Kundenebene einnehmen • zwischen den Zeilen lesen • den Smalltalk wie auch das Fachgespräch beherrschen • Trainingskonzepte verständlich darstellen

4.6 Studien zum Personal Training

Die Studie von Scott untersuchte den Effekt des Personal Trainings auf die maximale Kraftperformance. Die Untersuchung verlief über zwölf Wochen. In der Woche 0 und in der Woche 12 wurden ein Krafttest, ein Kraftausdauertest und eine Messung der Körperzusammensetzung durchgeführt. Die Gruppe mit Personal Trainer (PT) trainierte über den gesamten Verlauf der Studie mit dem PT, die Gruppe ohne PT erhielt nur zu Beginn der Studie eine Einführung in den Trainingsplan. Das 12 Wochen Krafttrainingsprogramm wurde in 4 Phasen eingeteilt: in die Vorbereitungsphase (2 Wochen), Hypertrophiephase (6 Wochen), Kraftphase (2 Wochen), Peakphase (2 Wochen).

In der Gruppe, die mit PT trainierte, kam es zu einem signifikant höherem Anstieg der Maximalkraft bei der Kniebeuge und dem Bank drücken. Beim Jump Squat schnitt die Gruppe, die mit PT trainierte, ebenfalls besser ab. Der Kraftausdauertest und die Messung der Körperzusammensetzung ergaben keinen Unterschied in den Gruppen. Die Studie ergab, dass die Gruppe, die unter der Anleitung eines PT trainierten, eine größere Anpassung in der Kraftperformance erzielen konnte, verglichen mit der Gruppe, die alleine trainierte. Die permanente Anwesenheit eines PT motivierte die Probanden größere Lasten zu bewegen. Basierend auf dieser Studie kann rückgeschlossen werden, dass PT einen Einfluss auf Maximalkraft und in weiter Folge auf den gesamten Trainingserfolg hat. (Scott, 2000)

In einer weiteren Studie untersuchte Ratamess, ob der Einfluss eines Personaltrainers die Trainingsintensität bei Frauen beeinflusst. Zu Beginn weist Ratamess darauf hin, dass Krafttraining eine sehr populäre Methode für Erwachsene jeden Alters ist, den Körper in Form zu bringen. Die Steigerung individueller Muskelkraft erhöht die Knochendichte, reduziert das Körperfett, reduziert den Bluthochdruck, verbessert die Blutfette, die Glukosetoleranz und die Insulinsensibilität. Gegenwärtige Studien zeigen, dass sich Frauen im Fitnessstudio mit 45-50% des Einwiederholungsmaximums (1RM) zu gering belasten und deshalb ihre Muskeln zu wenig aufbauen. Sie kommen daher nicht in den Genuss der positiven Eigenschaften des Krafttrainings. Intensitäten unter 60-70% des 1RM sind für das Krafttraining suboptimal. In dieser Studie ging es darum den Einfluss des PT beim Krafttraining von gesunden Frauen zu messen. Dabei wurde zum einen das selbst gewählte Gewicht für 10 Wiederholungen mit 1RM zwischen den Trainingsgruppen, die mit und ohne PT trainierten, verglichen. Das Ergebnis fiel deutlich zu Gunsten der PT Gruppe aus. Das selbst gewählte Gewicht in der ohne PT-Gruppe bewegte sich zwischen 38%-48% des 1RM und in der mit PT-Gruppe zwischen

43%-57,4% bei den 4 Kräftigungsübungen Leg press, Leg extension, Seated row und Chest press. Der durchschnittliche Wert lag bei 51,4% des 1RM in der PT-Gruppe und bei 42,3 1RM in der ohne PT-Gruppe. Die Studie zeigt, dass sich viele Frauen ihrer geringen Trainingsintensität gar nicht bewusst sind und unterstreicht die Wichtigkeit eines trainerunterstützten Trainingsprogrammes, um den Körper an die individuelle Leistungsgrenze zu bringen und somit einen optimalen Nutzen aus dem Training ziehen zu können. Die Studie hat den deutlichen positiven Effekt des PT gezeigt. Frauen, die mit PT arbeiteten, erreichen ein deutlich höheres 1RM als jene ohne PT. (Ratamess, 2008)

5. Soziologische Aspekte von Fitness

5.1 Allgemeiner Wertwandel in der Gesellschaft

Unsere Gesellschaft befindet sich in einem ständigen Wandel. Unser gesellschaftliches Wertesystem wird auf direktem oder indirektem Weg durch Veränderungen in Politik, Wirtschaft und im sozialem Bereich ständig beeinflusst. (Zarotis, 1999)

„Werte sind soziale bzw.- kulturelle, vorgeschriebene Kriterien (innere Führungsgrößen), auf deren Grundlage Handlungsziele als wünschenswert erkannt werden. Sie bilden die Basis für Entscheidungen und motivieren menschliches Handeln." (Weiß, 1999, S.30)

Der allgemeine Wertewandel in der Gesellschaft lässt sich hauptsächlich auf Veränderungen der Wertstrukturen im Berufsleben zurückführen. Die Arbeit wird nicht mehr als Mittelpunkt des Lebens gesehen, sondern ist immer mehr Mittel zum Zweck. So wie die Arbeit ihre Funktion und ihren Wert verliert, erfährt die Freizeit eine grundlegende Aufwertung. Die Freizeit kann als ein zentraler Faktor des allgemein gesellschaftlichen Wertewandels gesehen werden. (Zarotis, 1999)

5.2 Wertewandel und Freizeit

Durch wachsenden Wohlstand und der Bedeutungsverschiebung zwischen Arbeit und Freizeit gewinnt die Freizeit zunehmend an Wertschätzung. Bei der Beurteilung der Lebensqualität spielt der Faktor Freizeit eine immer größere Rolle. Tatsächlich arbeiten zum Beispiel die Deutschen immer weniger. Betrug das Verhältnis der freien Zeit gegenüber der Arbeit 1964 noch 1:1, so hat sich das Verhältnis 20 Jahre später auf 3:2 zugunsten der Freizeit verschoben. (Zarotis, 1999)

5.2.1 Demographische Veränderungen

Die demographischen Veränderungen bewirken den ansteigenden Freizeitwert. So ist etwa die durchschnittliche Lebenserwartung in den letzten 125 Jahren um mehr als das doppelte angestiegen. Wurden Männer und Frauen 1871 im Schnitt nur 37 Jahre alt, so beträgt die durchschnittliche Lebenserwartung heute 82 Jahre für Frauen und 79 bei Männern. Das heißt immer mehr ältere Menschen haben immer länger die Möglichkeit, ihre Freizeit aktiv zu nutzen. (Zarotis, 1999)

Diese Entwicklung ist gerade für das Personal Training von Bedeutung. Menschen werden immer älter, wollen aber fit und gesund bleiben und benötigen dafür die richtige und individuelle Betreuung. Gerade für die Generation 60 Plus ist das betreute Training sehr wichtig, um den Belastungen im Alltag weiter stand halten zu können. Unsere Lebenserwartung ist gestiegen, aber trotzdem ist der Mensch mit gewissen körperlichen Alterserscheinungen konfrontiert. Wenn wir älter werden, verlieren wir Muskelmasse, die Beweglichkeit lässt nach, die Ausdauerleistungsfähigkeit sinkt und die koordinativen Fähigkeiten gehen verloren. Es klingt vielleicht absurd, aber je älter wir werden, um so mehr müssen wir uns auf gesunde und altersentsprechende Art und Weise bewegen.

Einen starken Einfluss auf das Freizeitverhalten hat der Anstieg der Single-Haushalte. Als Singles gelten zum einen junge Leute in Ausbildung oder Menschen, die ohne feste Partnerbindung leben, zum anderen aber auch ältere Menschen, die den/die Lebenspartner/in verloren haben. Diese allein lebenden Menschen können ihre Freizeit meist sehr unabhängig und individuell planen. Da ist gerade das Fitnessstudio, mit seinen vielen Trainings-Möglichkeiten voll im Trend. (Zarotis, 1999)

Einen weiterer Einfluss auf das Freizeitverhalten ist in dem höheren Bildungsniveau der Menschen zu erkennen. Etwa 50% der Deutschen verfügen über die mittlere Reife oder Abitur. Höheres Bildungsniveau lässt auch auf höhere Löhne rückschließen und das wiederum führt dazu, dass mehr Geld in der Freizeit ausgegeben wird. (Dietrich, 1990)

5.2.2 Wissenschaft und technischer Fortschritt

Durch Einsatz von Maschinen werden Berufe mit körperlicher Anforderung immer seltener. Hinzu kommt, dass wir im Alltag kaum mehr zu Fuß gehen. Menschen fahren mit dem Auto zur Arbeit und mit dem Lift direkt in das Büro. Moderne Geräte wie Waschmaschine, Wäschetrockner, Geschirrspülautomat, etc. sind aus dem modernen Haushalt nicht mehr wegzu-

denken. Sie vereinfachen den Haushalt und tragen somit zu einem Drittel mehr Zeitgewinn bei. (Opaschowski, 1994)

> Technische Errungenschaften machen körperliche Einsatz überflüssig. Körperhaltungen wie Liegen und Sitzen dominieren den Alltag. „Passives Erholen -z.B. vor dem Fernsehbildschirm- ist die häufigste Form des "Ausgleichs" für die vielfältigen, oft als Überforderung wahrgenommenen psychischen Anforderungen in Beruf und Familie". (Abele, 1994, S. 279)

Dieser Zeitgewinn und der akute Bewegungsmangel führen allerdings auch dazu, dass unser Körper allgemein abschwächt und verfettet. Der Körper wird durch eine zunehmende Zahl von sitzenden Berufen in eine Körperpassivität gedrängt. Der Körper ist aber nicht dafür gebaut, um lediglich auf einem Stuhl zu sitzen. Das Fitnessstudio bietet da die optimalen Möglichkeiten, die fehlende körperliche Belastung auszugleichen. (Opaschowski, 2000)

5.2.3 Kommerzialisierung

Durch die Kommerzialisierung des Sportes wächst die Anzahl der Fitnesscenter immer weiter, da diese als Dienstleistungsunternehmen die Bedürfnisse aufgreifen, um dann das entsprechende Angebot zu präsentieren. Vereine hingegen mit ihren klassisch strukturierten Systemen wie zum Beispiel Ehrenmitgliedschaft, freiwillige Mitarbeit und den fixen Trainingszeiten sind längst überholt und können nicht mehr mithalten.

„Der Freizeitsport wird zu einem Ort gesellschaftlicher Individualisierungsprozesse:

- Desinteresse an traditionellen Bindungen und formellen Verpflichtungen,
- Besucher nehmen höhere Mitgliedsbeiträge für mehr Individualität und größere soziale Unverbindlichkeit in Kauf,
- Verstärkter Wunsch nach Wohlbefinden und Selbstdarstellung zur Stärkung des Selbstwertgefühls." (Opaschowski, 2000, S.8)

Diese Entwicklung kann sich auch der Personal Trainer zu Nutze machen. Der Personal Trainer ist ein privater Sportlehrer für alle, die keine Zeit haben, in einem Verein aktiv zu werden, aber trotzdem auf Sport unter professioneller Anleitung nicht verzichten möchten. (Kramer, 2007)

5.2.4 Individualisierung des Sportes

Sport ist nicht mehr nur eine einfache Freizeitbeschäftigung, denn sportlich aktiv zu sein, bedeutet auch Identifikation mit sich selbst. Sportlichkeit als Lebensgefühl trägt zur Identifikation und Lebenszufriedenheit bei. (Opaschowski, 2000)

Dabei gilt die Erkenntnis aus der Sportforschung: „Wer mit seinem Körper zufrieden ist, der ist auch mit sich selbst zufrieden." (Mrazek, 1984, S.58)

Die Menschen wollen etwas für sich und ihren Körper tun, aber dabei selbst über den Zeitpunkt, die Dauer, die Häufigkeit und den Ort des Sporttreibens entscheiden. Gerade für diese Personengruppen eignen sich Fitnessstudios, denn da können sie ihre individuellen Bedürfnisse zeitlich variabel befriedigen. (Zarotis, 1999)

„Der Personal Trainer passt in diesen Individualisierungsprozess sehr gut hinein wie Cyrus A. Rahman, Personal Trainer-Ausbildner an der Hamburger Meridian-Akademie das Ausgabenfeld seines Berufszweiges auf die Formel bringt: Kraft, Ausdauer, Entspannung, Ernährung - Wir kümmern uns um alles." (Kramer, 2007, S.9)

6. Motive und Motivation im Sport

6.1 Motive und Motiventwicklung

Der Begriff Motiv ist eine Dispositionsvariable, die von Gabler folgendermaßen definiert wird: „Motive sind situationsüberdauernde, zeitlich überdauernde, persönlichkeitsspezifische Wertpositionen.“ (Gabler 1986, S.72)

Der Begriff "Motiv" wird als Sammelbegriff dargestellt, der Bezeichnungen wie Bedürfnis, Beweggrund und Trieb umfasst.

Erdmann erweitert Gablers Definition des Motivs:

„Mit dem Begriff Motiv werden relative stabile, auf allgemeine Zielvorstellungen (Gesellung, Macht, Leistung) ausgerichtete, Verhaltensdispositionen umschrieben“. (Erdmann, 1983, S.15)

Der Begriff „Motiv“ kennzeichnet einen Spannungszustand, der zielgerichtetes Handeln initiiert, aufrechterhält und kanalisiert. In einer weiteren Gliederung wird noch zwischen dem persönlichen Motiv (z.B. Leistungsmotiv) und dem sozialen Motiven (z.B. Anschluss- und Machtmotiv) unterschieden. (Zarotis, 1999)

6.1.1 Leistungsmotiv

Beim Leistungsmotiv geht es um die Bestrebung des Menschen Aufgaben gut, schnell und sorgfältig zu erledigen.

Leistungsmotiv ist: „Das Bestreben, etwas Schwieriges zustande zu bringen, physikalische Objekte, Menschen oder Ideen zu beherrschen, zu manipulieren oder zu organisieren; dies so schnell und so selbständig wie möglich zu tun; Hindernisse zu überwinden und einen hohen Leistungsstandard zu erreichen." (Heckhausen, 1989, S.231)

Leistungsorientiertes Verhalten wird durch bestimmte Anregungsbedingungen ausgelöst. Es wird von Heckhausen als Diskrepanzerlebnisse gesehen. Dabei geht es um die Differenz zwischen erlebtem Ist-Wert und dem Soll-Wert, der durch normative Bezugssysteme des Individuum vorgegeben ist. Dadurch kommt es zu einer Erfolgs- und Mißerfolgsorientierung, die die Grundlage für die Entwicklung des Leistungsmotivs darstellt. (Erdmann, 1983)

Das Leistungsmotiv wird bei der Auseinandersetzung mit Gütemaßstäben angeregt. Bei welchen Gütemaßstäben hat man Leistung vollbracht? Es gibt zwei unterschiedliche Bezugsnormen: Bei der individuellen Bezugsnorm vergleicht eine Person ihre Leistung mit ihrem bisherigen Leistungsniveau. Wie war meine Zeit beim 100m Freistil heute und wie schnell bin ich letzte Wochen geschwommen? Bei der sozialen Bezugsnorm orientiert sich die Person an der Leistung von Bezugsgruppen. Wie gut war meine Zeit im Vergleich zu meinen Kontrahenten? (Langens, 2005)

6.1.2 Anschlussmotiv

Anschlussmotiv bedeutet, dass man Kontakt zu anderen Menschen sucht, um positive Beziehungen herzustellen.

Ziel des Anschlussmotiv ist: „Die Herstellung einer vertrauensvollen und wechselseitigen Beziehung, in der man sich gegenseitig akzeptiert, freundlich bejaht, sympathisch findet und gegenseitig mag." (Heckhausen, 1989, S.348)

Das Anschlussmotiv wird in der Literatur in zwei Komponenten eingeteilt. Einerseits wäre die "Hoffnung auf Anschluss" und andererseits die "Angst vor Zurückweisung" zu nennen. Diese sind voneinander unabhängig und kommen beide in Kontakt mit Fremden vor, wenn erst Beziehung aufgebaut werden muss. Grundsätzlich kann man von Fremden leichter zurückgewiesen werden als von Menschen, die man schon länger kennt. (Langens, 2005)

6.1.3 Machtmotiv

Beim Machtmotiv äußert die Person das Bedürfnis, sich stark und einflussreich zu fühlen. Personen neigen dazu ihre Überlegenheit zu demonstrieren. Sie versuchen je nach Veranlagung in einem intellektuellen Streitgespräch oder durch körperliche Präsenz (Größe, Muskelmasse) ihre Macht zu demonstrieren. Ziel einer solchen Handlung ist letztlich die Kontrolle von Ressourcen. Machtmotivierte Menschen wollen, dass alle anderen Personen nach ihrer Pfeife tanzen. (Langens, 2005)

Tabelle 3 Anregungsbedingungen und Ziele der Motive Anschluss, Leistung und Macht (Langens, 2005, S.4)

	Anschlussmotiv	Leistungsmotiv	Machtmotiv
Anregung	Situationen, in denen mit fremden oder wenig bekannten Personen Kontakt aufgenommen und interagiert wird	Situationen, die einen Gütemaßstab zur Bewertung von Handlungsergebnissen (Erfolg/Misserfolg) besitzen	Situationen, in denen andere Personen kontrolliert werden können
Ziele	Die Herstellung einer wechselseitigen positiven Beziehung / Zurückweisung vermeiden	Erfolg bei der Auseinandersetzung mit einem Gütemaßstab / Misserfolg vermeiden	das Erleben und Verhalten anderer zu kontrollieren oder zu beeinflussen / Kontrollverlust vermeiden

Maßgeblich für die Ausprägung bestimmter Motive beim Individuum ist das Ausmaß des Sozialisationsprozesses. Die Autoren Heckhausen, Schiefele und Zimbardo (1974) ergänzen den Begriff Motiv um weitere Gesichtspunkte:

„Man kann Motive […] auch als wiederkehrende Anliegen bezeichnen. Mit Hilfe der Motive werden Werte verwirklicht. Sie drücken aus, was Handlungen bedeuten und begründen. Gründe sind Feststellungen über vermutete Ursachen des Verhaltens. Diese Ursachen werden oft als Motiv bezeichnet.“ (Zarotis, 1999,S.50)

„Motiv ist kein beschreibender, sondern ein erklärender Begriff." (Heckhausen, 1989, S.9)

Motive werden als überdauernde Persönlichkeitseigenschaft aufgefasst, sind aber für die Aufrechterhaltung der Funktionen des Organismus nicht entscheidend, da sie nicht angeboren

sind und erst im Laufe der Entwicklung entstehen. Dadurch unterliegen sie der Sozialisation und damit den sozialen Normen der Entwicklungsumwelt des Menschen. (Heckhausen, 1989)
In der empirischen Motivationsforschung werden die Motive in Klassifikationen eingeteilt. Maslows Hierachiemodell ist das Basismodul gegenwärtiger motivationspsychologischer Arbeiten. Das bedeutet, es müssen zuerst die Grundbedürfnisse der niederen Art wie Hunger, Durst etc. befriedigt werden, um höheren Bedürfnissen freien Lauf zu lassen. Nach Maslow steht die Vorrangigkeit von Motivgruppen in enger Wechselbeziehung zur Persönlichkeitsentfaltung des Individuums. (Zarotis,1999)
Die Motiventwicklung ist ein allgemein-psychologisches Problem, da es sich um die Entwicklung von Bezugssystemen handelt. Bei diesem Entwicklungsprozess spielt vor allem die Familie eine entscheidende Rolle, da dort die ersten Erfahrungen des Menschen mit seiner Umwelt gemacht werden. (Zarotis, 1999)

> „Handlungen stellen verbundene Gefühlszustände positiver und negativer Art dar, die zu Verknüpfungen führen und deren Ergebnis das Motiv als hochgeneralisiertes Konzept dar stellt. Im Laufe der Entwicklung macht das Individuum bestimmte Erfahrungen mit - z.B. Leistungssituationen -, die zu angenehmen und unangenehmen Affekten führen. Dadurch werden diese Affekte generalisiert. Das bedeutet, dass eine neue Situation die emotionale Assoziation hervorrufen kann, und das obwohl das Individuum sich noch nie in so einer Situation befunden hat.“ (Erdmann, 1983, S.15)

Das bedeutet, dass eine bestimmte Situation in jedem Individuum unterschiedliche Verhaltensweisen hervorruft.

„In gleichen Situationen verhalten sich verschiedene Personen nie gleich.
In ähnlichen Situationen verhalten sich dieselben Personen auch gleich oder ähnlich.
In gleichen Situationen verhalten sich dieselben Personen so, wie sie sich schon früher in der gleichen Situation verhalten haben." (Heckhausen nach Zarotis, 1999, S.48)

Zusammenfassend lässt sich ein Motiv als eine stabile Verhaltensdisposition bezeichnen, die meist das Ergebnis eines relativ langen Lernprozesses darstellt. Wie das Motiv existiert, sich ausrichtet und ausprägt, hängt von der aktuellen Situation ab, da die Motivierung, die durch das Motiv gesteuerte und von der Situation angeregte Handlungsweise darstellt. (Erdmann, 1983)

6.2 Motivierung

Auf ein vorhandenes Motiv wird aus dem Verhalten in einer spezifischen Situation geschlossen. Die Motivierung stellt das aktuelle Verhalten dar und ist als Wechselwirkungsprodukt von überdauerndem Motiv und Situationsreiz zu sehen. Bestehen in der Situation motivrelevante Reize, wird durch die im Individuum gespeicherten früher erlernten Motivtendenzen Hoffnung bzw. Furcht angesprochen. (Erdmann, 1981)

Die Motivierung ergibt die konkrete, durch das Motiv gesteuerte und von der Situation angeregte Handlungsweise. Motivierung entsteht durch das Zusammenwirken von einem Motiv als angestrebte allgemeine Zielvorstellung und durch einen Situationsanreiz. Die Motivierung ist daher immer relativ kurzfristig und situationsabhängig. (Erdmann, 1981)

6.3 Extrinsische und intrinsische Motivation

Der Begriff Motivation, der zuvor schon beschrieben wurde, findet häufig Anwendung im Alltag und versucht in der Regel etwas in einer Person zu bewirken, dass diese aus eigenem Antrieb Anstrengung aufbringt, um ein Ziel zu erreichen.

„Motivation ist die aktivierende Ausrichtung des momentanen Lebensvollzugs auf einen positiv bewerteten Zustand." (Reinberg, 2004, S16)

Die Motivation wird in die extrinsische und intrinsische Motivation klassifiziert. Verhalten ist also eher von "innen heraus" (intrinsisch) oder eher "von außen" (extrinsisch) gesteuert. Motivation wird dann als intrinsisch bezeichnet, wenn sie durch das ausgelöste Verhalten kein offensichtliches Ziel außerhalb der Handlung selbst hat. (Zarotis,1999)

Je ausgeprägter das Gefühl der eigenen Tüchtigkeit und der Selbstbestimmung ist, um so stärker ist man intrinsisch motiviert. (Heckhausen, 1989)

Ein Beispiel für intrinsische Motivation: Ein Fitnessstudiomitglied trainiert drei Mal die Woche, weil er/sie Spaß an der Bewegung empfindet. Das Training dient keiner Wettkampfvorbereitung.

Heckhausen bezeichnet als extrinsisch alles, was Endzustände oder Ziele anstrebt. Dazu zählen Verhaltensweisen, die auf Macht, Leistung, Anschluss, Aggression oder Hilfeleistung gerichtet sind. (Heckhausen, 1989)

Eine extrinsische Motivation liegt dann vor, wenn die Ursache der Handlung nicht nur in der Handlung selbst, sondern auch außerhalb der Handlung liegt. Bei fremden Ursachenhandlungen, die nicht freiwillig, sondern wegen einer Belohnung oder aufgrund von drohender Be-

strafung unternommen wird, spricht man von extrinsischer Motivation. In der komplexen westlichen Welt sind die Menschen motiviert, jene Dinge zu tun, die mit einer unmittelbaren Bedürfnisbefriedigung gekoppelt sind. So arbeitet niemand nur aus Spaß an der Tätigkeit, sondern hauptsächlich wegen einer externen und materiellen Belohnung. Durch die Belohnung erhofft sich der Mensch eine Bedürfnisbefriedigung. Dies findet zum Beispiel im Austausch von Arbeitsentgelt gegen Produkte oder Dienstleistungen statt. (Zarotis, 1999)

Das Verhalten und die Bedürfnisbefriedigung gehen bei der intrinsischen Motivation Hand in Hand. Da die Bedürfnisbefriedigung unabhängig von einer externen Belohnung verläuft, wird bei der intrinsischen Motivation ein positives Gefühl der Freiheit geschaffen. Auf dieser Theorie basierend kann die selbe Tätigkeit unter einer extrinsischen Belohnung als schwierig und frustrierend empfunden werden und bei einem intrinsischen motivierten Verhalten als leicht und erfüllend. Csikszentmihalyi kommt deshalb in seiner Untersuchung zu intrinsisch motiviertem Verhalten zu dem Schluss, dass „jede Aktivität innerlich belohnend sein kann, vorausgesetzt, sie ist passend strukturiert und unsere Fähigkeiten sind ihren Herausforderungen angepasst." (Csikszentmihalyi, 1991, S.16)

6.4 Motive zum Betreiben von Sport

6.4.1 Soziale Anerkennung im Sport

„Der Mensch bedarf der Beachtung, Bestätigung und Anerkennung durch die anderen und strebt nach Verwirklichung." (Weiß, 1999, S.141)

Sport kann als getreues Abbild seiner Gesellschaft dargestellt werden. Durch Sport ist eine vielfältige Ausprägung soziale Anerkennung zu erreichen.

> Der Schluss lautet: „Der Mensch bedarf einer Beachtung, Bestätigung und Anerkennung durch die anderen und strebt nach Verwirklichung. Egal, ob in der Gruppe oder als Individualsport, kann die Anerkennung durch die Sportart selbst oder die Art der Sportausübung vermittelt werden." (Weiß, 1990, S.69)

Sogar der scheinbar unabhängigste Mensch benötigt andere zur Bestätigung des eigenen Selbst bzw. der eigenen Identitäten. Dieser Prozess erfolgt in der Regel auf Basis des jeweiligen Werte- und Normensystems einer Gesellschaft. (Weiß, 1999)

„Sportliches Handeln erlaubt die Herausbildung eines Selbst und steht sinnbildlich für das Leben und die menschliche Kultur. Es ist eine Metapher der menschlichen Existenz." (Weiß, 1999, S.141)

6.4.2 Sport und Geselligkeit

„Geselligkeit im Sport wird immer mehr zur Meidung des Alleinseins" (Tiwald, 1996, S.131)

Gerade diese Entwicklung wird von kommerziellen Freizeitclubs genutzt. So werden zum Beispiel bei Mitgliedschaften unterschwellig Kontakte, Freunde und Partnerschaften mit verkauft. Es verschieben sich laut Freese im Laufe einer Mitgliedschaft in einem Fitnessstudio die Motive, indem das Ziel der Sportlichkeit durch Faktoren wie Geselligkeit, Kommunikation und Spaß verdrängt wird. (Freese, 2003)

Dieses Angebot befriedigt offensichtlich nicht mehr die fitness- und gesundheitsorientieren Menschen. Diese wünschen sich keine oberflächliche Geselligkeit, sondern eine individuelle sportliche Betreuung mit einem passenden Maß an stilvoller Kommunikation. Genau dieser Anspruch wird von den Personal Trainern durch Erstellung von gesundheitsorientierten Trainingsprogrammen, Beratung in Ernährungsfragen, Hilfestellung bei körperlichen Beschwerden und Empfehlung von Ärzten erfüllt. Ein exklusives Servicepaket mit angemessener Kommunikation wird geboten. (Kramer, 2007)

6.4.3 Fitness

> „Fitness oder fit sein erlebt in der heutigen Zeit eine gesteigerte Wertschätzung. Dieser ist Ausdruck individueller Ich-Verwirklichung. Durch den Aufbau überlieferter Sinninstanzen und Sinnorientierungen in der Gesellschaft wurde eine zunehmende Vereinzelung und Individualisierung bewirkt. Die eigene Fitness bzw. der eigene Körper rückt in das Zentrum der Aufmerksamkeit." (Schulz, 1988, S.127)

6.4.4 Gesundheit

In den letzten Jahrzehnten hat sich der Gesundheitszustand der Bevölkerung erheblich verändert. Besonders auffällig ist der generelle Wandel des Gesundheitspanoramas. Dominierten früher die klassischen Infektionskrankheiten wie Tuberkulose, Typhus, Cholera, Pocken, so überwiegen heute die sogenannten Zivilisationskrankheiten wie Herzkreislauferkrankung oder Haltungs- und Bewegungsschwächen. (Tiemann, 1997)

Die Schuld an dem grundlegenden Wandel des Krankheits- und Beschwerdebildes wird häufig den veränderten Lebensbedingungen zugewiesen. Die Menschen leiden unter chronischem Bewegungsmangel, verursacht durch die fortschreitende Technisierung und Automatisierung

der Arbeitsabläufe. Das Gesundheitssystem ist so dicht wie noch nie zuvor und die Gesundheitsausgaben verzeichnen in den Industrieländern enorme Zuwächse, aber trotzdem fühlen sich immer mehr Menschen mit ihrer gesundheitlichen Verfassung unzufrieden, sodass sogar schon Jugendliche zunehmend von gesundheitlichen Problemen heimgesucht werden. Ausreichende körperliche Bewegung oder sportliche Aktivierung ist eines der wichtigsten Elemente für eine gesunde Lebensführung. (Tiemann, 1997)

> „Das Streben nach Gesundheit, körperlicher Fitness und Unversehrtheit gewinnt vor allem bei jenen Altersgruppen der über 30jährigen, die neu oder wieder zum Sport finden, an Bedeutung. Die rationale Einsehbarkeit des Gesunden als unbedingt wünschbar und die empirische Verifizierbarkeit auf dem Maßstab "gesund-ungesund" erlauben es, dass in unserer Gesellschaft das Ideal der Gesundheit eine eindeutige Zustimmung findet und als Höchstwert bezeichnet wird." (Dietrich, 1990, S.18)

Mit Gesundheit wird auch häufig Leistungsfähigkeit verknüpft, die im beruflichen Alltag gefragt ist. Gesunde Menschen sind grundsätzlich leistungsfähiger. Sieht man gesünder aus, ist man auch gefragter am Arbeitsmarkt. Gesundheit kann ein individueller Wert sein, der von körperlichen und psychischen Bedingungen abhängig ist, aber sie kann auch einen sozialen Wert darstellen, dessen Einschätzungen von den Gegebenheiten der tatsächlichen Arbeitswelt abhängen. (Weiß, 1994)
Empirische Untersuchungen zeigen, dass das Interesse, seine Gesundheit zu erhalten, in allen sozialen Schichten gleich ist. Dennoch scheint die untere soziale Schicht bei schlechterer Gesundheit zu sein, da diese über "richtiges Gesundheitsverhalten" schlechter informiert ist als die mittlere und oberen Sozialschicht. (Dietrich, 1990)
Das Gesundheitsbewusstsein steht in direkter Verbindung mit dem Körperbewusstsein. Vielen Menschen fehlt das Gefühl für ihren Körper und dieser Mangel führt zu degenerativen Erkrankungen und Abnützungen des Körpers. Je früher man sich mit seinem Körper und dessen Funktionen auseinandersetzt, desto besser ist das eigene Körper- und Gesundheitsbewusstsein. (Weiß, 1994)

6.4.5 Wohlbefinden

Eine zentrale Aufgabe des Fitnesstrainings stellt den Erhalt und die Wiederherstellung des Wohlbefindens dar. Dieses hängt sehr stark mit der Aktivität und insbesondere mit der Be-

wegungsaktivität zusammen. Laut WHO wirkt eine gesundheitsorientierte Aktivierung auf das physische, das psychische und soziale Wohlbefinden. (Tiemann, 1997)

Der Mensch ist in seiner Entwicklung und in seinem Befinden an biologische Gesetze gebunden. Eines der wichtigsten Gesetze sagt, dass sich die körperlichen Fähigkeiten wie Ausdauer, Kraft und Beweglichkeit an die jeweilige körperliche Beanspruchung anpassen. Fehlende Belastung kann die körperliche Funktionstüchtigkeit stören. Ein Missbefinden in unterschiedlicher Form ist die Konsequenz einer solchen Störung.

Sportliche Aktivität hat eine große Bedeutung für den Erhalt und die Herstellung von Funktionstüchtigkeit, Wohlbefinden und Lebensqualität. Studien beweisen, dass die sportliche Aktivität, die einen unteren Belastungsschwellenwert überschreitet, Spannungen und Ängste reduziert. (Abele, 1997)

„Nach dem Fitnesssport fühlt man sich weniger erregt, ärgerlich, energielos und deprimiert und dafür aktiver, mit gehobener Stimmung sowie ausgeglichener." (Abele, 1997, S.282)

6.4.6 Aussehen

Das Aussehen spielt im Fitnesssport eine besonders große Rolle. Körpertraining ist mit Schönheit, persönlichem Status und beruflichem Erfolg gekoppelt. Es geht dabei nicht mehr in erster Linie um die Freude an der Bewegung und die Wahrnehmung des Körper in der Bewegung, sondern um die muskelformenden Wirkung von Sport auf den Körper. Sport wird gleichsam in Kauf genommen, um einen tollen Körper zu haben. (Beckers, 1988)

> „Die Besinnung auf den Körper war schon in der Geschichte Ausdruck des Protestes gegen die Bevormundung durch weltlich und geistige Mächte sowie Ausdruck des Strebens nach Individualität und Subjektivität. [...] Auch in der gegenwärtigen Fitnessbewegung dient der Körper vor allem als Symbol, als Attribut des Erfolges, das öffentlich präsentiert wird."
> (Beckers,1988, S.160)

„Ein Körper wird nach normierten Mustern geformt und als Statussymbol für Erfolg und Leistungsfähigkeit empfunden." (Beckers ,1988, S.153)

Dabei ist das Krafttraining wie zahlreiche Studien zeigen, an der Figurverbesserung besonders stark beteiligt. Krafttraining verhilft zu einer straffen Haut, erhöht die Körperspannung und reduziert den Körperfettgehalt. Der Körperfettgehalt ist ein wichtiger Parameter zur Figurbestimmung. Ein niedriger Körperfettgehalt korreliert mit einer guten Figur. Durch Krafttraining reduziert sich die Körperfettmasse bei einem achtwöchigen Training um 0,92 kg und die fettfreie Körpermasse (Muskelgewebe) erhöht sich um 1,1 kg. Bei einem Ausdauertraining hat

man zwar nach zwei Monaten auch einen Verlust der Körperfettmasse von 0,43 kg, aber die fettfreie Körpermasse bleibt gleich. Will man einen knackigen Po und straffe Beine, so führt kein Weg am Krafttraining vorbei. (Gottlob, 2001)

7. Sozialisation im Fitnesssport

> Das instrumentelle Verhältnis der unteren Schicht zum eigenen Körper, das sich in einer spezifische somatischen Kultur äußert (Gesundheitsbewußtsein geringer, ungesünderes Essen, höhere Quanten beim Trinken, etc.), zeigt sich in der Wahl und Interesse an Sportarten, die eine gewissen Schmerzunempfindlichkeit erfordern (Motorsport, Boxen, Eishockey, Ringen, Stemmen)." (Weiß, 1999, S.93)
>
> "In Sportarten wie Golf, Tennis, Yachtsegeln, Springreiten, Skifahren und Fechten werden die Anforderungen des Geschmacks der Oberschicht erfüllt: Betreiben des Sports an separaten Orten (Privat-Clubs); zu Zeiten nach eigener Wahl; allein, mit ausgewählten Partnern oder unter der Aufsicht von Trainern, die in dieser Sportart auch überdurchschnittlich gut bezahlt werden. [...] Vielfach werden sportliche Aktivitäten auch mit beruflichen Kontakten verknüpft, da man während einer Golfpartie zwanglos geschäftliche Besprechungen führen kann." (Weiß, 1999, S.100)

7.1 Zusammenhang zwischen Schichtzugehörigkeit und Sportengagement

1) Personen aus der mittlerer und oberer Sozialschichten betreiben häufiger Sport als Personen der unteren Sozialschichten.
2) Je neuer der Sport ist, umso höher ist der soziale Status der ausübenden Personen.
3) Der soziale Status der Ausübenden hängt von der individuellen Leistung ab.
4) Mitglieder der oberen Sozialschichten üben eher Sportarten aus, die einen geringen (oder keinen) Körperkontakt erfordern. Je stärker eine Sportart Körperkontakt erforderlich macht, umso niedriger ist die Schichtzugehörigkeit der Sporttreibenden.
5) In unteren Sozialschichten bestehen neben dem instrumentellen Verhältnis zum eigenen Körper (Selbstvergewisserung von männlicher Stärke und Kraft) auch eine instrumentelles Verhältnis zur Natur. Es überwiegen jene Sportarten, die wenig oder keinen Naturbezug haben. (Weiß, 1999)

Bestimmte Sportarten kann man also in Ober- und Unterschichtsportarten einteilen. Diese Einteilung ist beim Fitnesssport relativ schwierig, da die Fitnessbegeisterung quer durch alle Schichten verläuft. Die soziale Schichtung lässt sich einerseits über die Wahl des Fitnessclubs, als auch über die Gestaltung des Trainings beurteilen.

Fitnessclubs kann man in verschiedene Preissegmente einteilen. So gibt es etwa die Low Budget Segment wie "Mc Fit." Diese Clubs bieten eine gut ausgestattete Trainingsfläche an. Der große Nachteil ist, dass es keinen Wellness- und Group Fitnessbereich gibt und die Duschen kostenpflichtig sind. Vorteil ist der günstige Clubbeitrag von 16,9 € pro Monat. Durch den geringen Komfort, aber auch geringen Preis wird hier das weniger zahlungskräftige Publikum angesprochen. Weiters gibt es noch das mittlere Segment, wie zum Beispiel "Club Danube", bei dem ein Monat bei einer 12 monatigen Bindung ca. 53 € kostet. Dieses Segment kann mit einem besseren Service und einem großen Angebot an Groupfitnessstunden punkten. Dieser Bereich wird von Frauen besonders stark frequentiert und ist daher für die weiblichen Kunden ein wichtiges Entscheidungskriterium. Diese Clubs werden daher vorrangig von der mittleren Schicht, mitunter auch von der unteren Schicht angesprochen. Das Premium Segment hat einen deutlich höheren Preis. Ein Monat bei einer Bindung von 12 Monaten kostet bei John Harris 109 €, wobei bei der Einschreibung in den Clubs eine einmalige Gebühr von 290 € fällig ist. Die hochpreisigen Clubs verfügen über einen großzügigen Wellnessbereich, Ärztezentrum, kompetente Trainerbetreuung und moderne Ausstattung. Durch den relativ hohen Mitgliedsbetrag haben diese Clubs einen Mitgliederstock, der sich aus der oberen und mittleren Schicht zusammensetzt. Extremes Muskelaufbautraining (Bodybuilding), verbunden mit der hoher Gewichtsbelastung und meist einhergehendem Anabolikamissbrauch wird eher der Unterschicht zugeordnet. Hingegen findet man gesundheitsorientiertes Fitnesstraining (Rückenkräftigung, Herzkreislauftraining, usw.) eher in der sozialen Oberschicht.

8. Aufbau eines modernen Fitnessclubs

Ein moderner Fitnessclub ist Fitness-, Wellness-, Health- und Lifestyleclub in einem. Dem Gesundheitsbewussten erwartet eine große Anzahl an Fitnessgeräten, ein umfangreiches Angebot an Gruppenkursen, sowie eine Oase der Entspannung mit Sauna, Sanarium und vielem mehr. Die durchschnittliche Größe eines Fitnessstudio betrug im Jahr 1993 im Schnitt nur 620m² (Rampf, 1999). Nach einer Umfrage des Branchenreports des deutschen Sportstudioverband "Deloitte & Touche" im Jahre 2005 ist ein durchschnittliches Fitnessstudio 1272m² groß. Dieser enorme Sprung zeigt den unglaublichen Wachstum dieser Branche. Kleine "Muskelbuden" sind durch riesige Fitnesstempel ersetzt worden. (Krempel, 2007)

Ein Fitnessstudio lässt sich in seiner Struktur in Hardware und Software unterteilen:
Unter der Hardware eines Fitnessstudios versteht man:

- bauliche Eigenschaften
  - benutzbare Fläche in m²
  - Raumaufteilung
  - Gerätepark und dessen ungefähres, zahlenmäßiges Verteilungsverhältnis
  - Sonderräume wie zum Beispiel Damenfitness
  - Infrastruktur wie Parkplatz und Empfangsraum

- verschiedene Sporteinrichtungen unter einem Dach
- Angebote möglicher weiterer Sportstätten, die dem Kunden/ der Kundin zur Verfügung stehen
- Sonstige Angebote

Zur Software zählen alle Leistungen, die der Kundschaft entgeltlich oder unentgeltlich angeboten werden und über die Hardware hinausgehen. Dazu gehören alle Leistungen. die unter dem Begriff "Service" fallen.

Das sind:

- ermäßigte Tarife
- Sportangebote
- Fitnesstests
- Ersttrainingsstunden
- Trainingsbetreuung
- Sonstige Beratung und Betreuung

- Gruppentreffen
- Veranstaltungen
- Öffnungszeiten
- Handtuchservice

(Gfreiner 1995, S.29)

8.1 Strukturmerkmale eines Fitnessstudios

Anhand von zahlreichen Studien und Informationsquellen wurden folgende Strukturmerkmale für Fitnessstudios von Mrazek und Rittner festgesetzt:

- Lage und die Größe des Studios
- Räumlichkeiten
- Angebot
- Studiopersonal
- Öffnungszeiten
- Mitgliedskosten

(Rampf, 1998, S.23)

8.1.1 Lage und die Größe der Studios

Die Lage stellt eine wichtige Entscheidung für die Gründung eines Fitnessstudios dar. So ist der/die Kunde/in laut Höller bereit, maximal 10km Anfahrtsweg, das bedeutet eine Fahrzeit von maximal 15-20 Minuten, in Kauf zu nehmen. (Höller, 1991)

Um der Kundschaft einen bequemen Zugang zu ermöglichen, werden Standorte in zentrumsnahen und zentral gelegenen Stadtteilen mit einer hohen Dichte an Dienstleistern bevorzugt. (Dietrich,1990)

Leider birgt eine gute Erreichbarkeit durch eine zentrale Lage auch einige Nachteile:

Durch die hohen Mietpreise sind Anbieter gezwungen relativ kleine Flächen intensiv zu nutzen, die Konkurrenz ist innerstädtisch stärker ausgeprägt und die Parkplatzsituation ist durch gebührenpflichtige Kurzparkzone und Platzmangel angespannt. (Rampf, 1998)

Dennoch liegt der Großteil der gewerblichen Sportstätten zu 87,5% in Wohngebieten und stellen offensichtlich einen Teil einer lokalen Versorgung der Bevölkerung mit Angeboten und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs dar. (Dietrich,1990)

8.1.2 Räumlichkeiten

„Die räumliche Gestaltung ist das Gesicht eines Fitnessstudios" (Rampf, 1998, S.25)
Kunden/innen sollen sich während ihres Aufenthaltes in einer angenehmen und schön gestalteten Umgebung wohl fühlen und entspannen können.
Über wie viele verschiedene Räume ein Fitnessstudio verfügt, ist von der Gesamtfläche und dem Angebot abhängig. Fitnessclubs verfügen über 1-18 Räume, wobei der Durchschnitt 6,25 Räume hat. (Rampf, 1998)
Gewerbliche Sportstätten verfügen zu 80% über Umkleideräume mit Duschgelegenheiten, Empfangsbereich (67,5%), Gastronomie (47,5) und Sauna (67,5%). (Dietrich, 1990)

- "Eingangsbereich und Empfangsbereich" sind besonders wichtig, da hier der erste Eindruck gewonnen wird. Um den Interessenten den ersten Schritt in das Fitnessstudio zu erleichtern, sollte sich der Betreiber um eine einladende Atmosphäre im Eingangsbereich bemühen. Beim Empfangsbereich sollten Neukunden/innen empfangen und verabschiedet werden. Deshalb ist das auch der beste Ort, um dem Interessenten alle nötigen Informationen über den Club mitzuteilen. An den Empfangsbereich angegliedert ist meist auch eine Bar, die mit kleinen Snacks und Erfrischungen zu einem gemütlichen Zusammensitzen und Kontakte knüpfen einlädt. Natürlich ist der Empfangsbereich mit der Rezeption auch die Anlaufstelle für alle. Dort werden die Mitglieder ein- und ausgecheckt und ebendort können Wünsche, Beschwerden oder Anregungen beim Personal deponiert werden.
- Vor dem Training betritt der/die Kunde/in den sogenannten "Nassbereich". Darunter sind die Umkleideräume, Duschen, Toiletten sowie Sauna und Dampfbadbereich zu verstehen. Das Hauptaugenmerk in diesem Bereich sind einwandfreie hygienische Verhältnisse.
- Die "Trainingsräume" stellen den Mittelpunkt jedes Studios dar, nehmen im Durchschnitt 55-60% der Gesamttrainingsfläche in Anspruch und werden in den Kraft-, Cardio- und Gruppenfitnesstrainingsbereich unterteilt. (Rampf, 1998)

8.1.3 Angebot

Welches Angebot man in den einzelnen Fitnessstudios vorfindet, hängt von verschiedenen Faktoren wie Philosophie, Unternehmungskultur, Standort, Platzangebot, Größe und Ausbildung des Personals ab. Grundsätzlich kennt das Angebot keine Grenzen, da so gut wie jedes Jahr neue Trends auf dem Markt erscheinen.

- Gruppentraining: Aerobic, Stretching, Rückentraining, Tanzstunden und Step-Stunden
- Cardiofitness: Fahrradergometer, Laufband, Stepper und Crosstrainer
- Gerätetraining/freie Gewichte: Figur-, Muskelaufbau- und rehabilitatives Training
- Entspannungstraining: Yoga, Pilates und Tai-Chi
- Betreuung: Eingangschecks, Trainingsberatung, Herzkreislauftest und
- Ernährungsberatung
- Verkauf: Produkte für Ernährung/Diät
- Ballsportarten: Squash, Badminton, Tennis und Indoor-Golf
- Budosportarten: Kickboxen, Judo und Taekwondo

(Rampf,1998, S.27)

8.1.4 Krafttraining

Krafttraining trainiert das gesamte Bewegungs- und Haltesystem. Dabei wird zum einen der aktive Bewegungsapparat, die Muskeln und zum anderen die passiven Strukturen wie Sehnen, Bänder und Knochen gestärkt. Muskel stützen, bewegen und stabilisieren die Gelenke. Ein gutes Muskelkorsett beugt somit Verletzungen der Gelenke und Haltungsschäden vor. Die Muskulatur erhöht auch den Stoffwechsel, da die Fettverbrennung in der Muskulatur stattfindet. (Kramer, 2007)

In Anbetracht der eben genannten Vorteile dieser Trainingsform kam es in den 80igern zu einer Kommerzialisierung des Kraftsports. Aus diesem Grund gibt es in jedem Fitnessclub ein breites Angebot an Fitnessgeräten. Angefangen von Farbe, Design und Formen bis hin zur Bedienungsfreundlichkeit der Maschinen bleiben keine Wünsche offen.

Um vom Neueinsteiger bis zum Fortgeschrittenen alles abzudecken, ist ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen geführten Maschinen und freien Gewichten erforderlich. (Rampf,1998)

So kann der Anfänger durch die geführten Maschinen sicher trainieren und der Fortgeschrittene kann durch die freien Geräte ein anspruchsvolles und effektives Training absolvieren.

8.1.5 Ausdauertraining

Ziel im Gesundheits- und Fitnesssport ist es, durch Ausdauer- bzw. Konditionstrainings die körperlichen Leistungsfähigkeit zu verbessern. (Schnabel, 1997)

„Ausdauer ist die Fähigkeit eine muskuläre Leistung über einen möglichst langen Zeitraum zu erbringen." (Braumann, 2006, S.51)

Noch vor einigen Jahren spielte das Ausdauertraining in den Fitnessstudios eine eher untergeordnete Rolle. Jedoch mit der Kommerzialisierung der Fitnessbranche und durch die gesundheitsfördernde Wirkung gelangte auch das Herzkreislauftraining zu immer größer Beliebtheit. Nachdem die Ausdauertrainingsgeräte zunächst in den USA zu ergiebigen Umsatzsteigerungen geführt haben, kam es auch Ende der 80er Jahre zu einem Boom in Europa. (Rampf, 1998)

Durch den technischen Fortschritt sind die heutigen Herzkreislauftrainingsgeräte nicht nur Trainingscomputer mit verschiedensten Herzfrequenz gesteuerten Trainingsprogrammen zur optimalen Kalorienverbrennung und Leistungssteigerung, sondern gleichzeitig auch Entertainmentcenter mit TV, Radio, Computerspielen und I-pod Dockingstationen. Durch die zunehmende Konkurrenz sind die Gerätehersteller sehr erfinderisch. So gibt es, abgesehen von den klassischen Herzkreislaufgeräten wie dem Fahrradergometer und dem Laufband, immer wieder neue Erfindungen wie zum Beispiel den Ellipsentrainer. Welche Geräte sich auf dem Markt etablieren, entscheidet letztendlich der/die Kunde/in.

8.1.6 Gruppentraining

Das Gruppentraining ist eine spezielles Ausdauertraining mit einer Mischung aus Gymnastik, Rhythmik, Tanz und leichtem Krafttraining. Ausgehend von dem ursprünglichen Gruppentraining hat sich mittlerweile eine Vielzahl von weiteren Unterformen entwickelt, wobei jede dieser Formen ihren eigenen Schwerpunkt und bestimmte Trainingsziele aufweist. Die klassische Gymnastik kombiniert mit Musik und Tanz ist die Basis eines jedes Gruppentrainings. Die Teilnehmer/innen bewegen sich meist synchron zum Takt der Musik unter der professionellen Anleitung des Aerobic-Trainers/ Aerobic-Trainerin.

8.1.7 Studiopersonal

Das Personal ist durch sein Auftreten und seinen Umgang mit dem Mitgliedern maßgeblich am Erfolg und Image eines Fitnessclubs beteiligt. Die Hauptbeschäftigungsbereiche sind Ser-

vice und Training. Das Service beinhaltet alle Tätigkeiten außerhalb der Trainingsfläche. Mitarbeiter/innen im Service müssen Neukunden/innen und Mitglieder bei allen organisatorischen Angelegenheiten beraten. Im Trainingsbereich kümmern sich die Trainer/innen um die bestehenden Mitglieder und sorgen dafür, dass die Geräte fachgerecht benutzt werden. Fachliche Kompetenz ist dabei ein zwingendes Qualitätsmerkmal für jeden/jede Trainer/in. (Rampf, 1998)

8.1.8 Öffnungszeiten

Fitnessstudios sind Dienstleistungsunternehmen. Sie sind daher bestrebt ihren Kunden/innen in deren Freizeit zur Verfügung zu stehen. 68% der Studios sind daher an sieben Tagen der Woche und im Schnitt mehr als zehn Stunden geöffnet. (Rampf, 1998)

9. John Harris

Die Erfolgsgeschichte von John Harris Fitness ist auf einen österreichischen Geschäftsmann namens Prof. Armin Fehle und seinen Partner, einem gebürtigen US-Amerikaner namens John Harris, zurückzuführen. Die beiden Herrschaften gründeten zusammen mit einem dritten Partner 1983 den ersten John Harris Club in der Wiener Innenstadt, genauer in der Nibelungengasse 5 am Schillerplatz. In den letzten 26 Jahren hat sich bei John Harris Fitness einiges an Entwicklung getan: Aus dem 700m² großen Fitnessstudio am Schillerplatz ist ein 5000m² Fitnesstempel entstanden. John Harris Fitness am Schillerplatz ist zu einer Fitnessstudiokette mit 8 weiteren Standorten gewachsen. John Harris Fitness ist seit 2003 im Besitz von Herrn Mag Ernst Minar, nachdem die Gründer ihre Anteile verkauft hatten. Durch die professionelle Führung ist John Harris über die Landesgrenzen bekannt und laut Mag Ernst Minar sind weitere Standorte in Österreich in Planung.
John Harris am Schillerplatz gehört heute zu den größten Fitnessstudios Österreichs. Neben den modernsten Fitnessgeräten bietet John Harris individuelle Trainingsbetreuung, ein bemerkenswertes Angebot an Group-Fitnessstunden, einen großzügigen Wellnessbereich mit Swimmingpool, Sauna, Sanarium und Dampfbad, exklusives Massageangebot, eine Getränke-Bar, kompetente medizinische Betreuung und professionelle Ernährungsprogramme.

9.1 Angebote von John Harris Schillerplatz

- Großzügige Lounge, in dem frischgepresste Säfte, Kaffee und kleine Snacks angeboten werden
- Empfangsbereich mit Rezeption
- 4 Herzkreislauftrainingsräume mit 70 Ausdauergeräten
- Stretchingbereich mit Matten und zwei Stretchinggeräten
- 2 Krafttrainingsräume mit 65 verschiedenen Geräten, Langhanteln und Kurzhanteln
- 2 Gymnastikräume
- 3 Massageräume
- 4 Solarien
- Gemischter Wellnessbereich mit Indoorpool, Sauna, Dampfbad, Sanarium und Ruheraum
- Gesundheitszentrum
- Beauty-Spa

Empirischer Teil

10. Forschungsfragen

Wie in den vorherigen Kapitel bereits vorbereitend dargelegt, beschäftigt sich die vorliegende Arbeit mit Personal Training. Das primäre Ziel der Diplomarbeit ist es zu ergründen, ob und wie Mitglieder sich, die mit Personal Trainer trainieren, von Mitgliedern, die ohne Personal Trainer trainieren, hinsichtlich ihrer Trainingsgewohnheiten, Anforderung an den Club und Motiven zum Fitnesssport voneinander unterscheiden.

Im Folgenden genauere Fragestellungen dazu:

- Gibt es einen Unterschied im Alter zwischen den beiden Gruppen?
- Gibt es einen Unterschied der Berufstätigkeit?
- Gibt es einen Unterschied in der Schulbildung?
- Welche Kriterien sind für die Wahl eines Fitnessstudios entscheidend? Wie unterscheiden sich diese?
- Wie viel Zeit verbringen Mitglieder von John Harris Fitness pro Woche im Fitnessstudio? Wer verbringt pro Woche mehr Zeit im Fitnessstudio?
- Gibt es einen Unterschied im Trainingserfolg und der Zielerreichung?
- Welche Motive haben Besucher/Besucherinnen eines Fitnessclubs?
- Besteht ein Unterschied in der Befriedigung durch Fitnesstraining?
- Wie unterscheiden sich die Motive zur Auswahl eines Personal Trainers zwischen den beiden Gruppen?

10.1 Hypothesen

1) H1: Es besteht ein signifikanter Altersunterschied zwischen den beiden Trainingsgruppen.
2) H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in der Berufstätigkeit zwischen den beiden Trainingsgruppen.
3) H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in der Schul- und Ausbildung zwischen den beiden Trainingsgruppen.
4) H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in den Kriterien zur Auswahl eines Fitnessstudios.

5) H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in der Dauer der Mitgliedschaft bei den beiden Trainingsgruppen.
6) H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in der Wochentrainingszeit in den beiden Trainingsgruppen.
7) H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied bei der Zufriedenheit mit dem Trainingserfolg in den beiden Trainingsgruppen.
8) H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in der Zielerreichung in den beiden Trainingsgruppen.
9) H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in der Befriedigung durch Fitnesssport in den beiden Trainingsgruppen.
10) H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied bei den Motiven zum Fitnesssport in den beiden Trainingsgruppen.

10.2 Methodik der Untersuchung

Es wurde eine Untersuchung mittels Fragebogen bei John Harris Fitness am Schillerplatz durchgeführt.

Für die quantitative Forschungsarbeit wurde ein eigener Fragebogen entworfen. (Curry, 1989)

Die Fragebögen setzen sich aus folgenden Teilen zusammen:

- Abfrage der soziodemografischen Daten
- Allgemeine Fragen zum Besuch eines Fitnessstudios und spezielle Fragen zum Personal Training
- Fragen zur Befriedigung durch Fitnesssport
- Fragen zu den Motiven für Fitnesssport
- Fragen zu den Motiven zum Personal Training
- Fragen zur Auswahl eines Personal Trainers
- Fragen zum Trainingserfolg

10.3 Stichprobe

Die Befragung wurde von 2.11- 16.11.09 durchgeführt. Dabei wurden nur Kunden/Kundinnen befragt, die regelmäßig ein Krafttraining entweder allein oder mit Personal Trainer absolvieren.

Die Stichprobe setzte sich aus 53 Personen, die mit Personaltrainer (mit PT) trainieren und 51 Personen, die ohne Personal Trainer (ohne PT) trainieren. Die Gesamtanzahl beläuft sich auf

104 Personen. Eine größere Stichprobe war nicht möglich, da die Anzahl der Kunden/Kundinnen, die mit Personal Trainer trainieren, begrenzt ist.

10.4 Auswertungsverfahren

Die statistische Auswertung wurde mit dem Programm SPSS 15 (Statistical Product and Service Solution) vorgenommen. Als Signifikanzniveau wurde eine Irrtumswahrscheinlichkeit von α 5% gewählt. Die Normalverteilung wurde mittels Kolmogorow-Smirnow-Test geprüft. Wenn eine Verletzung der Normalverteilung vorlag, wurde diese nicht angeführt, sondern das entsprechende parameterfreie Verfahren für die Auswertung herangezogen.

11. Darstellung der Ergebnisse und Interpretation

11.1 Soziodemografische Merkmale

11.1.1 Geschlecht

Die Anzahl der befragten Frauen beträgt 30 Personen, das sind 29% der Stichprobe. Die Anzahl der befragten Männer beträgt 74 Personen, was einem Prozentanteil von 71% entspricht. Die Tatsache, dass Männer in dieser Stichprobe überwiegen, lässt sich leicht erklären. Betrachtet man die Gesamtanzahl der John Harris Mitglieder, so ist das Verhältnis von Männern und Frauen relativ ausgeglichen. Der Fragebogen bezieht sich allerdings auf den Krafttrainingsbereich. Das heißt, es wurden nur Kunden/Kundinnen befragt, die regelmäßig ein Krafttraining entweder allein oder mit PT (Personal Trainer) durchführen. Der Krafttrainingsbereich ist, wie man aus dem Tortendiagramm entnehmen kann, immer noch stark männerdominiert. Frauen tendieren eher zu Group Fitnessstunden wie Pilates, Yoga oder diverse Aerobicstunden, als alleine an den Geräten zu trainieren. Die Erfahrung des Autors zeigt, dass durch zahlreiche positive Berichte und Studien über den positiven Einfluss von Krafttraining bei der Figurverbesserung zunehmend mehr Frauen zu den Hanteln greifen.

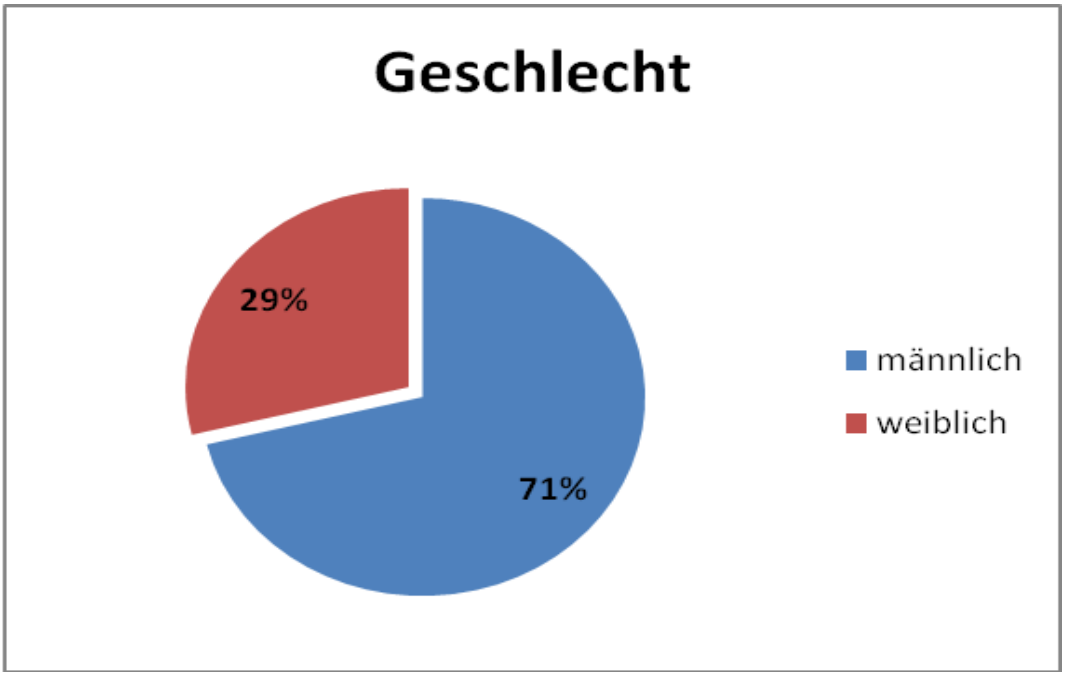

Abbildung 1 Geschlecht

11.1.2 Alter

Das Durchschnittsalter der Stichprobe betrug 43 Jahre bei einer Standardabweichung von 13 Jahren. Der älteste Proband ist 77 Jahre und der jüngste 20 Jahre alt. Bei der Betrachtung der Abbildung 2 fällt sofort auf, dass die Klasse 40-49 mit 35% die größte Gruppe darstellt. Diese Statistik deckt sich mit den Erkenntnissen von Zarotis 1999, der schreibt, dass die über 40-Jährigen, mit überwiegend hohem Bildungsgrad, eine besonders wichtige und vor allem zahlungskräftige Mitgliedergruppe bilden. (Zarotis, 1999)

Der Autor führt dies auf die zunehmende Erkenntnis der positiven rehabilitativen und präventiven Wirkungen des Fitnesstrainings zurück. Die Altersgruppe 20-29 Jahren ist mit 20% die zweitgrößte. Auf Platz drei ist die Gruppe mit 30-39 Jahren, knapp geschlagen mit 19 %. Danach folgen die Mitglieder mit über 60 Jahren mit 14% und das Schlusslicht bilden die 50-59 Jährigen mit 12%. In der Gruppe der über 50 Jährigen liegen 26%. Es gibt immer mehr ältere Menschen in Österreich und dieser Trend macht sich auch in den Fitnessstudios bemerkbar. Zunehmendes Alter heißt allerdings nicht zunehmende Inaktivität. Gerade in der heutigen Zeit bleibt bei älteren Menschen das Bedürfnis aktiv etwas für die Gesundheit zu tun bestehen und wird durch ein gezieltes Angebot auch befriedigt. (Rampf, 1998)

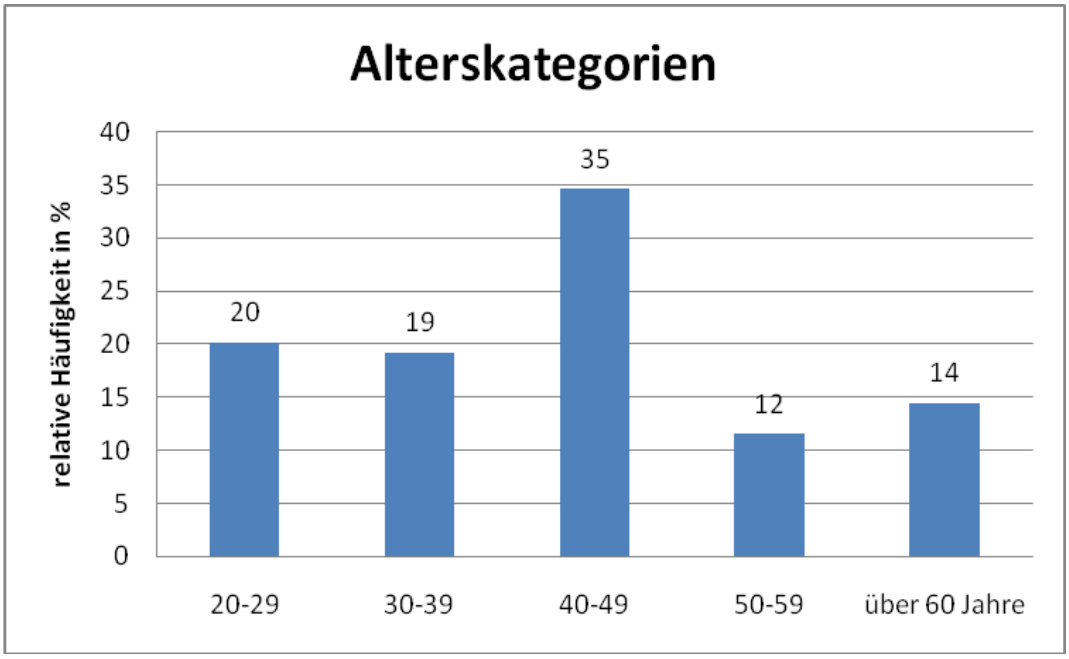

Abbildung 2 Alterskategorien

Kunden mit PT sind wesentlich älter als Kunden, die ohne PT trainieren, wie eine Differenz von 11 Jahren zeigt. Bei genauer Betrachtung kann man auf der Abbildung 3 erkennen, dass in der Alterskategorie 20-29 Jahren 6% mit und 35% ohne PT trainieren. In der nächsten Altersklasse 30-39 Jahren überwiegen immer noch jene Kunden, die ohne PT trainieren (27%mit PT und 11% ohne PT). Aber in der nächsten Altersstufe 40-49 Jahren überwiegen die Kunden, die mit PT trainieren, deutlich gegenüber der anderen Gruppe mit 47% mit PT und 22% ohne PT. Auch in der Altersklasse 50-59 Jahren trainieren Kunden häufiger mit PT 17%, gegenüber 6% ohne PT. Sogar in der letzten Altersstufe der über 60ig Jährigen überwiegt die Gruppe mit PT deutlich mit 19% gegenüber 10 % der Gruppe ohne PT. Diese Auswertung zeigt wieder, dass gerade die Gruppe der über 40-Jährigen eine potenzielle Zielgruppe für das Personaltraining darstellt.

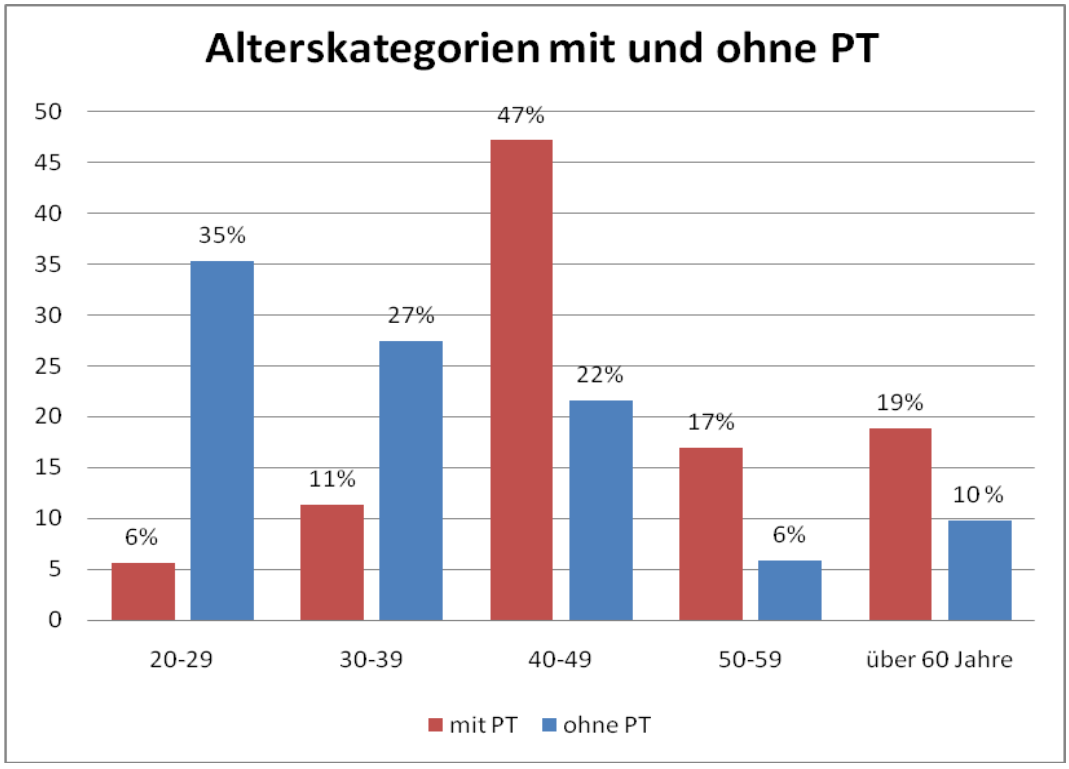

Abbildung 3 Alterskategorien (In den folgenden Grafiktabellen kann es aufgrund des Rundens auf ganze Prozentwerte zu einer Summendifferenz von maximal 1% Abweichung kommen.)

Tabelle 4 T-Test- Alter mit PT und ohne PT

Test bei unabhängigen Stichproben Altersstruktur					
	Levene-Test der Varianzgleichheit			T-Test	
Alter (in Jahre)	F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)
Varianzen sind gleich	1,014	0,316	-4,267	102,000	0,000

Bei einem Vergleich der Altersstruktur zwischen den beiden Gruppen liegt das durchschnittliche Alter von Mitgliedern mit PT (Personal Trainer) mit 48 Jahren wesentlich höher als bei der Gruppe ohne PT (Personal Trainer) mit 37 Jahren. Ein T-Test zeigt ein signifikantes Ergebnis mit p=0,000. Die H1 wird angenommen.

H1: Es besteht ein signifikanter Altersunterschied zwischen den beiden Trainingsgruppen von John Harris Fitness.

Ab dem 30. Lebensjahr baut der Körper pro Dekade 10% Muskelmasse ab. Herz und Lunge lassen in ihrer Leistungsfähigkeit nach, Gelenke und Wirbelsäule nutzen sich ab und die Knochen verlieren wichtige Mineralstoffe. Darum empfehlen Mediziner mit gezieltem Training ab 40 zu beginnen, um dem Abbauprozessen entgegen zu wirken. Nur wer regelmäßig trainiert, wirkt gefährlichen Herzkreislauferkrankungen entgegen. (Gottlob , 2001)
So stürzen sich viele Frauen und Männer zwischen 25-40 Jahren in ihre Karriere und schädigen ihren Körper durch Stress, ungesunde Ernährung und Bewegungsmangel. Ab dem 40. Lebensjahr machen sich die ersten gesundheitlichen Probleme wie Übergewicht, Bluthochdruck und Rückenschmerzen bemerkbar. Um genau diesen beginnenden Schäden entgegen zu wirken, schreiben sich Männer und Frauen ins Fitnessstudio ein.

11.2 Berufstätigkeit

Im Bereich Berufe ist besonders interessant, dass die Gruppe der Selbstständigen mit 34 % auf Platz 1 steht, der leitenden Angestellten mit 20% auf Platz zwei und die Angestellten auf Platz 3. Jeweils 9% sind Pensionisten bzw. Schüler und Studenten. Beamte in leitender Position sind noch mit 7% vertreten, gefolgt von den Beamten mit 3 %. Den vorletzten Platz haben Facharbeiter mit 2% und das Schlusslicht bildet der Hausmann mit 1%. Diese Grafik zeigt, dass bei John Harris Fitness vor allem Mitglieder mit selbstständigen Berufen vertreten sind.

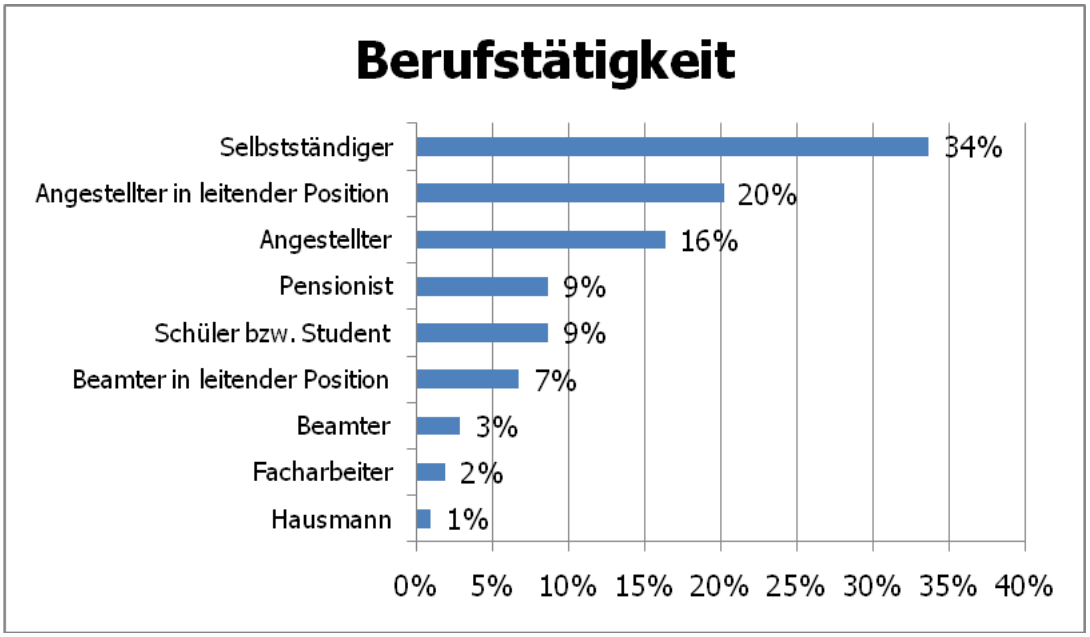

Abbildung 4 Tätigkeitsbereich (Die Ergebnisse wurde aufgrund der besseren Lesbarkeit aufgerundet)

Ein Chi² Test zeigt mit p=0,234 kein signifikantes Ergebnis. H0 wird beibehalten.
Allerdings ist in der Grafik eine Tendenz zu erkennen, dass Kunden, die in einer Führungsebene (selbstständig oder angestellt) arbeiten, häufiger mit einem Personal Trainer trainieren.

Tabelle 5 Chi-Quadrat nach Pearson - Tätigkeitsbereich

Berufstätigkeit	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	10,46363411	8	0,234
Likelihood-Quotient	11,15032327	8	0,193
Zusammenhang	0,78242235	1	0,376
Anzahl der gültigen Fälle	104		

In Abbildung 5 sind Mitglieder, die mit PT (Personal Trainer) und jene, die ohne PT trainieren gegenüber gestellt. Die Gruppe der Selbstständigen trainiert mit 42% am häufigsten mit einem PT. An zweiter Stelle stehen die Angestellten in leitender Position mit 21%. Gerade Menschen mit einem straffen und stressigen Berufsalltag trainieren mit Personal Trainer, da sie nur so das Fitnesstraining in ihren Alltag integrieren können. (Freese, 2003)

Höchst interessant ist, dass die Pensionisten mit 11% am dritthäufigsten Personal Trainings in Anspruch nehmen. Gerade die Gruppe der Senioren ist eine besonders wichtige Gruppe, die genügend Geld besitzt und auch die nötige Zeit hat dies auszugeben. Es ist bekannt, dass der Mensch mit zunehmendem Alter Muskelmasse verliert, seine Kraftfähigkeit deutlich nachlässt, die Knochenfestigkeit abnimmt und der Stoffwechsel reduziert wird. Dieser Abbau ist, wie man heute weiß, keineswegs ein Prozess des Alterns, sondern auf die in zunehmendem Alter reduzierte Belastung zurückzuführen. Fitnesstraining kann den muskelabbauenden Prozess stoppen und für hohe Lebensqualität bis ins hohe Alter sorgen. (Gottlob, 2001)

An vierter Stelle kommen die Angestellten mit 9%, dann mit 6% Beamte in leitender Position, mit 4 % Beamte und Studenten und das Schlusslicht bilden mit 2% nicht Berufstätige und Facharbeiter. Der Vergleich der beiden Gruppen zeigt eindeutig, dass prozentuell gesehen mehr Selbstständige Personal Trainings in Anspruch nehmen. 42% trainieren mit PT, 25% ohne PT. Bei den leitenden Angestellten sind die Gruppen ziemlich ausgeglichen, wobei die Mitglieder mit PT mit 21% gegenüber den Mitglieder ohne PT mit 20% noch leicht die Nase vorne haben. Bei den Angestellten gibt es dann schon mehr Kunden/Kundinnen, die keinen PT in Anspruch nehmen (24%) gegenüber jenen (9%), die eine Trainerexpertise beanspru-

chen. Dieses Ergebnis hängt sicher mit dem Umstand zusammen, dass Angestellte sich diese kostspielige Dienstleistung gemessen an der Gesamtbevölkerung eher wenige leisten können. Überraschend ist allerdings, dass es mehr Pensionisten gibt, die Personal Trainings (11%) in Anspruch nehmen als Pensionisten (6%), die alleine trainieren. Das Ergebnis kann auch so interpretiert werden, dass bei Senioren der Bedarf nach Betreuung besonders hoch ist, da sie sicher stellen wollen, sich durch Übungen nicht zu schaden bzw. den höchstmöglichen Nutzen daraus ziehen wollen. Bei den Studenten dominiert die Gruppe derer, die ohne Trainer trainieren mit 14% gegenüber 4%. Das Ergebnis ist in Anbetracht der Tatsache, dass Studenten noch über kein geregeltes Einkommen verfügen und meist noch von den Eltern unterstützt werden, bemerkenswert knapp.

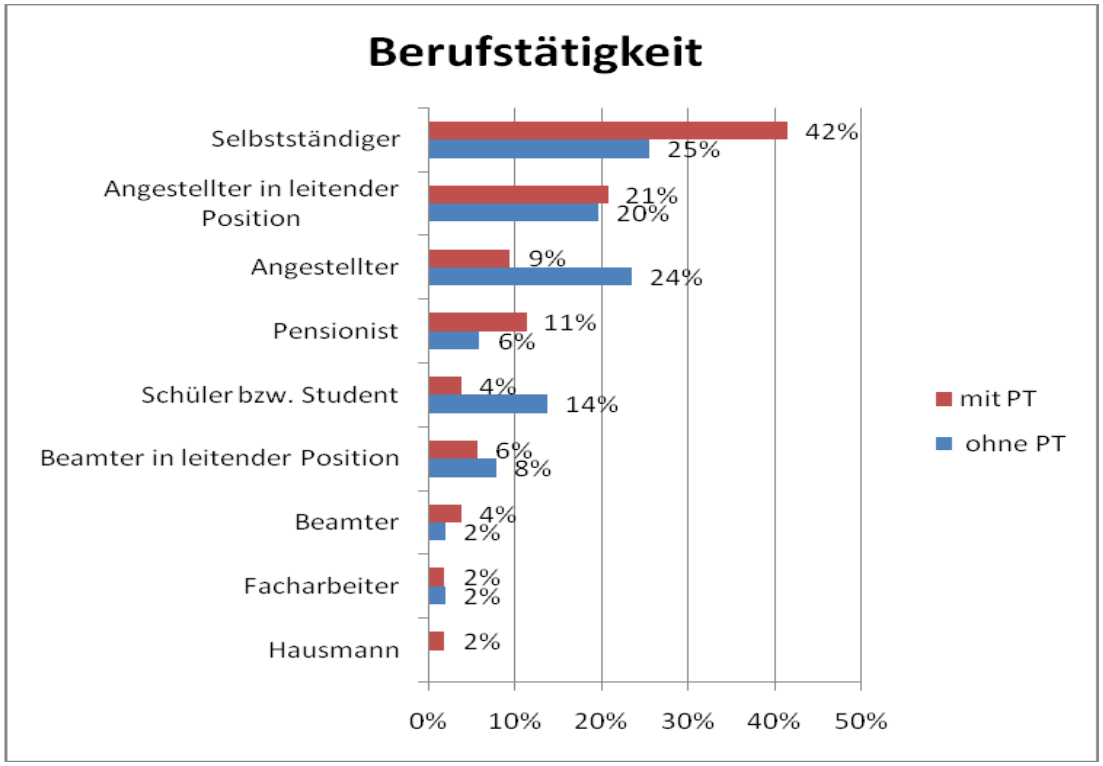

Abbildung 5 Tätigkeitsbereich mit und ohne PT

H0: Es besteht kein signifikanter Unterschied in der Tätigkeit in den beiden Gruppen.

11.3 Ausbildung

Die Statistik zeigt, dass Mitglieder von John Harris Fitness über ein ausgesprochen hohes Bildungsniveau verfügen. Mehr als die Hälfte, wenn man diejenigen, die eine Universität (47%) oder eine Fachhochschule (6%) besucht haben zusammenzählt, hat einen Hochschulabschluss. Immer noch stolze 31% haben Matura, nur 7% habe eine Schule ohne Matura absolviert und 10% haben eine Lehre gemacht.

Zahlenmäßig heben sich in die Mitglieder mit Hochschulabschluss hervor. Bei Personen mit hohem Bildungsstand wird eine gesteigerte Flexibilität und die Neigung zur individuellen Lebensgestaltung beobachtet. Dieser Lebensstil entspricht auch dem Angebot von Fitnessstudios. (Dietrich, 1990)

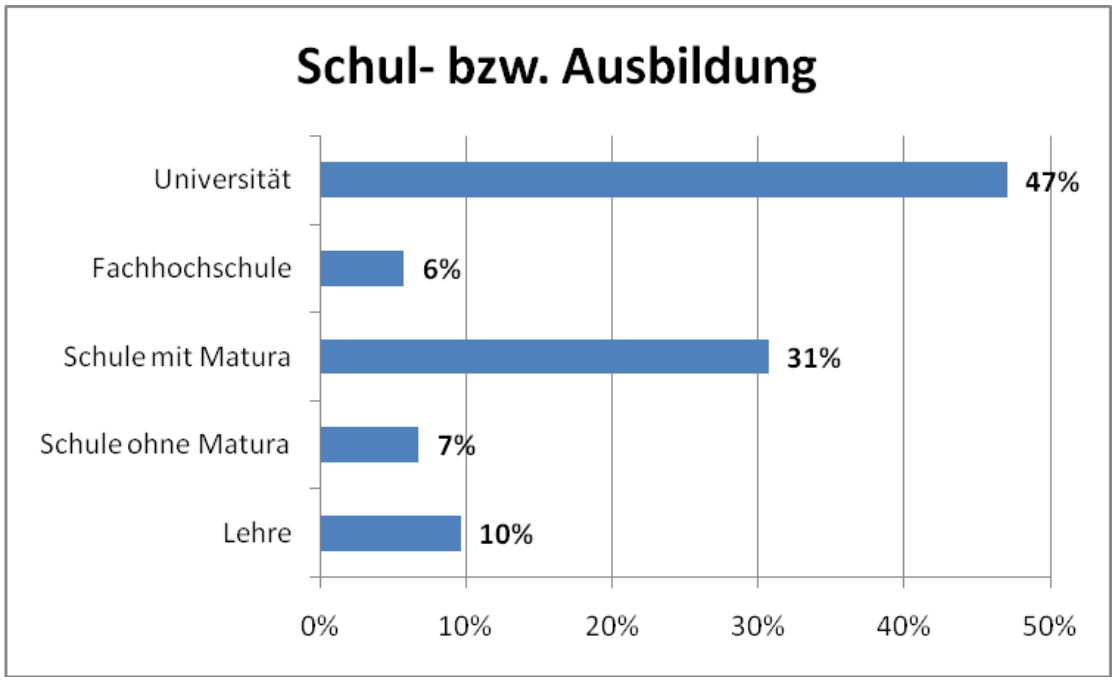

Abbildung 6 Schul- und Ausbildung

Ein Chiquadrat Test zeigt mit p= 0,661 kein signifikantes Ergebnis. Mitglieder mit hohem Bildungsniveau trainieren nicht häufiger mit Personaltrainer. H0 wird beibehalten.

Der grafische Vergleich der beiden Gruppen zeigt, dass die Gruppen mit Hochschulabschluss mehr Personal Trainings kaufen. In der Gruppe mit Universitätsabschluss trainieren 51% mit einem Personal Trainer und 43% nicht. In der Gruppe Fachhochschule trainieren 8% mit Personal Trainer und 4% nicht. In der Matura-Gruppe kippt das Verhältnis, da trainieren 25% mit Personal Trainer und 37% nicht. Dieses Ergebnis könnte auf ein geringeres Gehalt zurückzu-

führen sein. Die beiden letzten Gruppen Schule ohne Matura (8% mit und 6% ohne PT) und Lehre (9% mit und 10% ohne PT) sind wieder annähernd gleich vertreten.

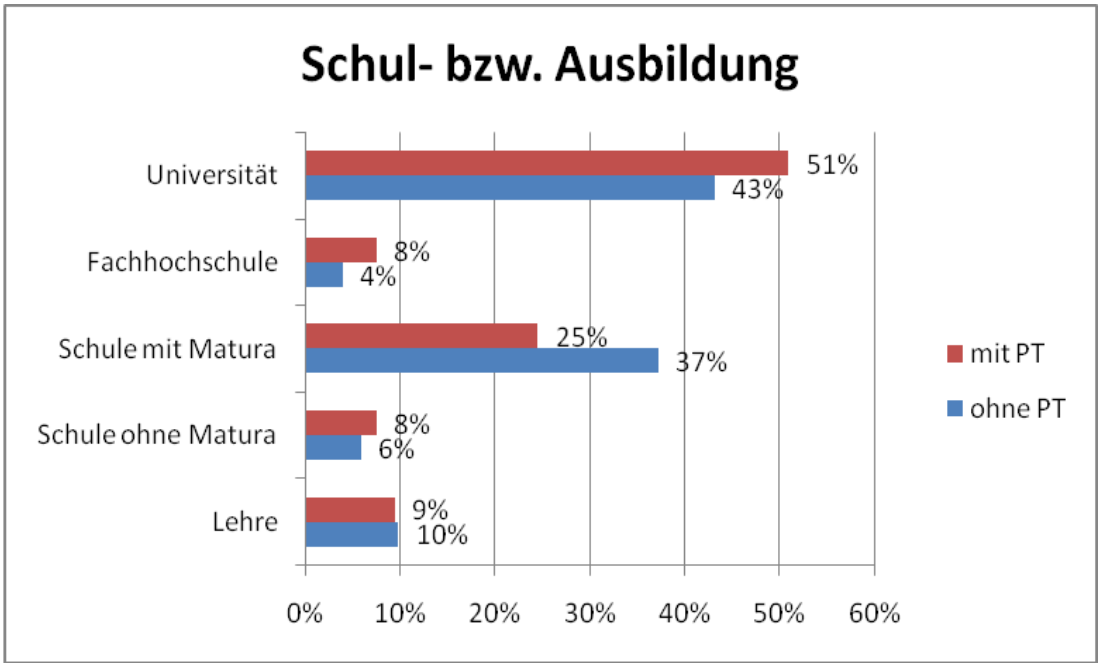

Abbildung 7 Schul- Ausbildung mit und ohne PT

Tabelle 6 Chi-Quadrat nach Pearson - Schul- und Ausbildung

Schul -Ausbildung	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,407156573	4	0,661
Likelihood-Quotient	2,427258771	4	0,658
Zusammenhang	0,46761535	1	0,494
Anzahl der gültigen Fälle	104		

H0: Es besteht kein signifikanter Unterschied in der Schul- und Ausbildung zwischen den beiden Gruppen.

11.4 Kriterien bei der Auswahl eines Fitnessstudios

In Kapitel 11.4 werden die Kriterien zur Auswahl eines Fitnessstudios untersucht.
Durch ein hohes Maß an Qualität können sich Fitnessclubbetreiber von der Konkurrenz abheben. Mit einer modernen und qualitativ hochwertigen Ausstattung (1,538, 1=stimme stark zu, 2= stimme zu, 3= neutral, 4= lehne ich ab und 5= lehne ich stark ab), die sich auf dem aktuellen Stand der Technik befindet, kann man sich gegenüber der Konkurrenz einen klaren Wettbewerbsvorteil schaffen.
An zweiter Stelle kommt knapp hinter der Ausstattung die Kompetenz der Trainer mit 1,542. Die Trainer haben den meisten Kontakt zu den Mitgliedern und sind, wie man am Ranking sehen kann, für die Zufriedenheit der Kunden/Kundinnen von besonderer Bedeutung. Ein Fitnessclub ist nur so gut wie sein Personal. Betreut der Trainer die Mitglieder gut, so ist der/die Kunde/in zufrieden und fühlt sich wohl.
Die Trainer sind die wichtigsten Ansprechpartner beim Fitnesstraining. Sie haben neben der beratenden auch eine motivierende Funktion. (Rampf, 1998)
An dritter Stelle ist die Freundlichkeit mit 1,644 und an vierter die Atmosphäre mit 1,654. Mitglieder ziehen es vor in einer freundlichen und angenehmen Atmosphäre zu trainieren.
Am fünften Platz kommt die Entfernung mit 1,808. Optimal liegt das Fitnessstudio, wenn es sich in der Nähe des Arbeitsplatzes oder des Wohnortes befindet. Die Betreuung wird mit 1,817 auch als wichtig erachtet und landet auf Platz sechs. Kunden wollen von kompetenten Trainern professionell betreut werden, um ihre individuellen Fitnessziele schneller und sicherer zu erreichen. An siebenter Stelle kommt die Lage mit 1,846. Ein erfolgreicher Fitnessclub benötigt eine zentrale Lage, um sich von der Konkurrenz abheben zu können. Mit 1,856 kommt die Erreichbarkeit. Ein gute Erreichbarkeit mit dem Auto oder den öffentlichen Verkehrsmitteln wird ebenfalls als wichtig erachtet. An den letzten drei Plätzen befinden sich noch Umfeld (2,183), Preis (2,692) und Image (2,808). Überraschend bei der Auswertung ist, dass die Ausstattung wesentlich wichtiger ist als der Preis. Kunden/Kundinnen, die bei John Harris trainieren, schätzen die Qualität der Ausstattung und schauen dabei nicht so sehr auf den Preis.
Bei den Kriterien zur Auswahl eines Fitnessstudios waren 3 Werte signifikant. Die Ausstattung (0,036), die Betreuung (0,008) und der Preis (0,043). Auf diese drei Punkte wird in den folgenden Kapiteln genauer eingegangen. Die Trainerkompetenz war knapp nicht signifikant

(0,061). Alle anderen Punkte wie Freundlichkeit, Atmosphäre, Entfernung, Erreichbarkeit, Umfeld und Image ergaben keinen signifikanten Unterschied.

Tabelle 7 U-Test - Kriterien bei der Auswahl eines Fitnessstudios (1=stimme stark zu, 2= stimme zu, 3= neutral, 4= lehne ich ab und 5= lehne ich stark ab)

Kriterien bei der Auswahl eines Fitnessstudios	N				
	104	gesamt	ohne PT	mit PT	Signifikanz
Ausstattung	104	1,538	1,412	1,660	0,036
Kompetenz (Trainer)	104	1,542	1,706	1,377	0,061
Freundlichkeit	104	1,644	1,569	1,717	0,571
Atmosphäre	104	1,654	1,549	1,755	0,108
Entfernung	104	1,808	1,804	1,811	0,662
Betreuung	104	1,817	2,059	1,585	0,008
Lage	104	1,846	1,784	1,906	0,732
Erreichbarkeit	104	1,856	1,863	1,849	0,833
Umfeld/Publikum	104	2,183	2,098	2,264	0,363
Preis	104	2,692	2,471	2,906	0,043
Image	104	2,808	2,804	2,811	0,936

11.4.1 Ausstattung

Ein U-Test zeigt, dass die Ausstattung eines Fitnessstudios mit p=0,036 signifikant ist. H0 wird verworfen. Die Gruppe, die ohne PT (1,412) trainiert, findet die Ausstattung wichtiger als die mit PT Gruppe (1,660).

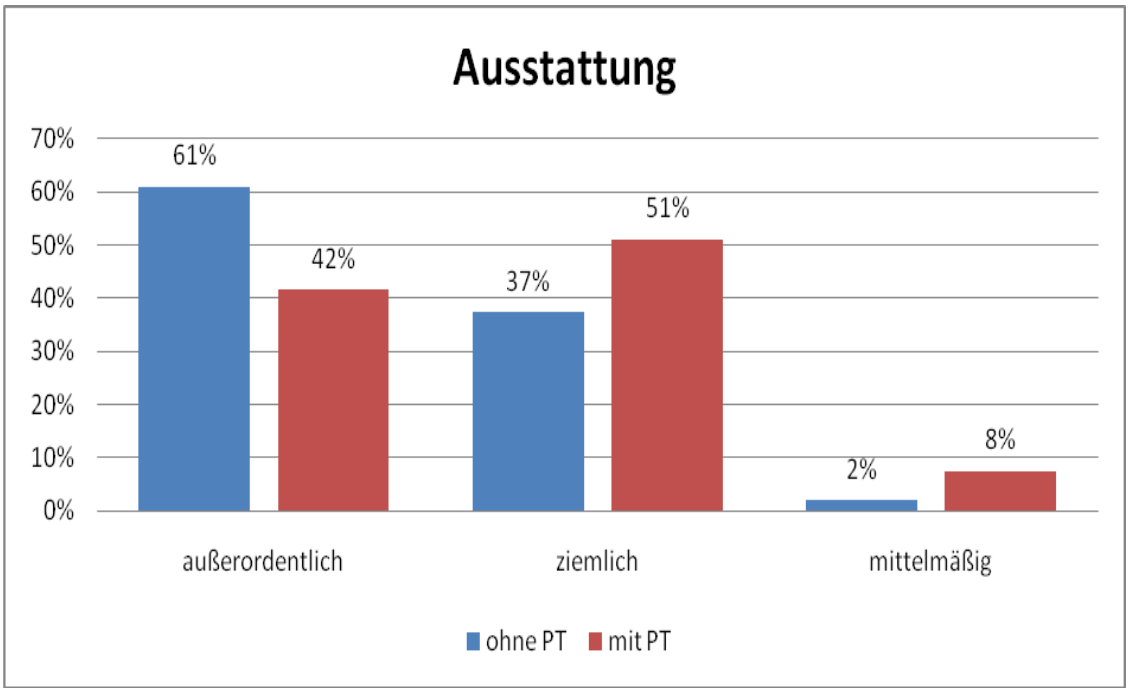

Abbildung 7 Ausstattung

H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in der Bedeutung der Ausstattung in den beiden Gruppen.

11.4.2 Betreuung

Das Ergebnis in der Betreuung nach dem U-Test zeigt mit p= 0,008 ein deutliches Ergebnis zugunsten der mit PT-Gruppe. H0 wird verworfen. Mitglieder, die mit PT trainieren, bewerten die Betreuung mit durchschnittlich 1,585 im Gegensatz zur ohne PT-Gruppe, die nur eine durchschnittliche Note von 2,059 vergeben.

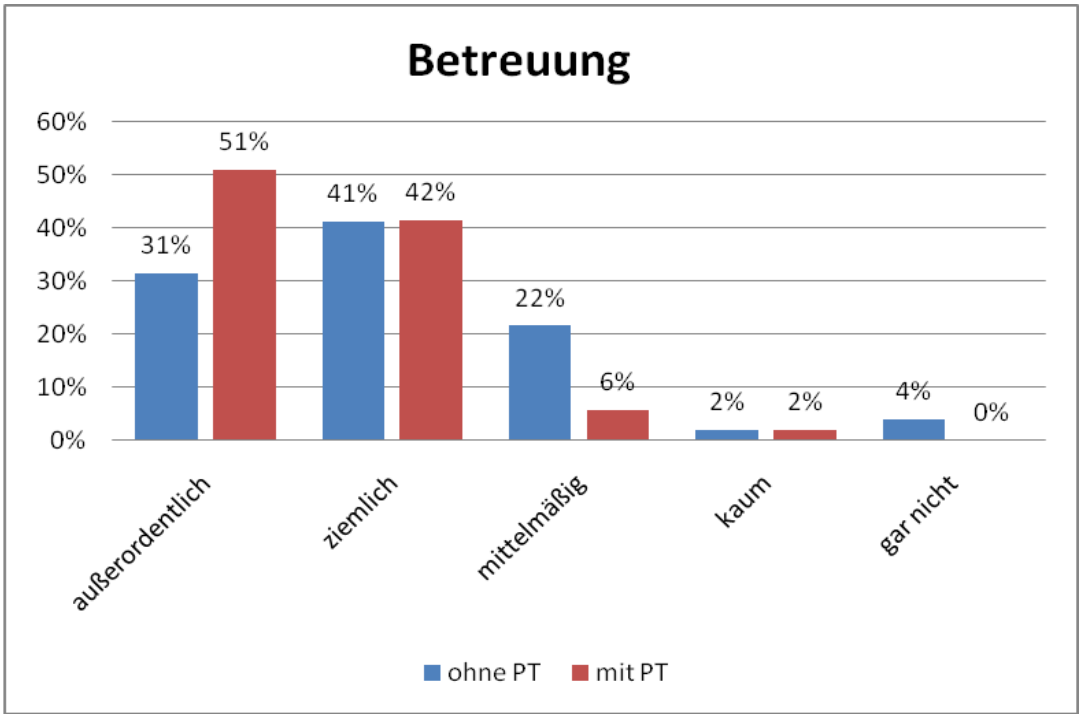

Abbildung 8 Betreuung

H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in der Bedeutung der Betreuung bei den beiden Gruppen.

11.4.3 Preis

Das Ergebnis ist nach Berechnung durch den U-Test mit p=0,043 signifikant. H0 wird verworfen. Mitglieder, die mit Trainer PT trainieren, achten weniger auf den Preis (2,906), verglichen mit der ohne PT-Gruppe (2,471).

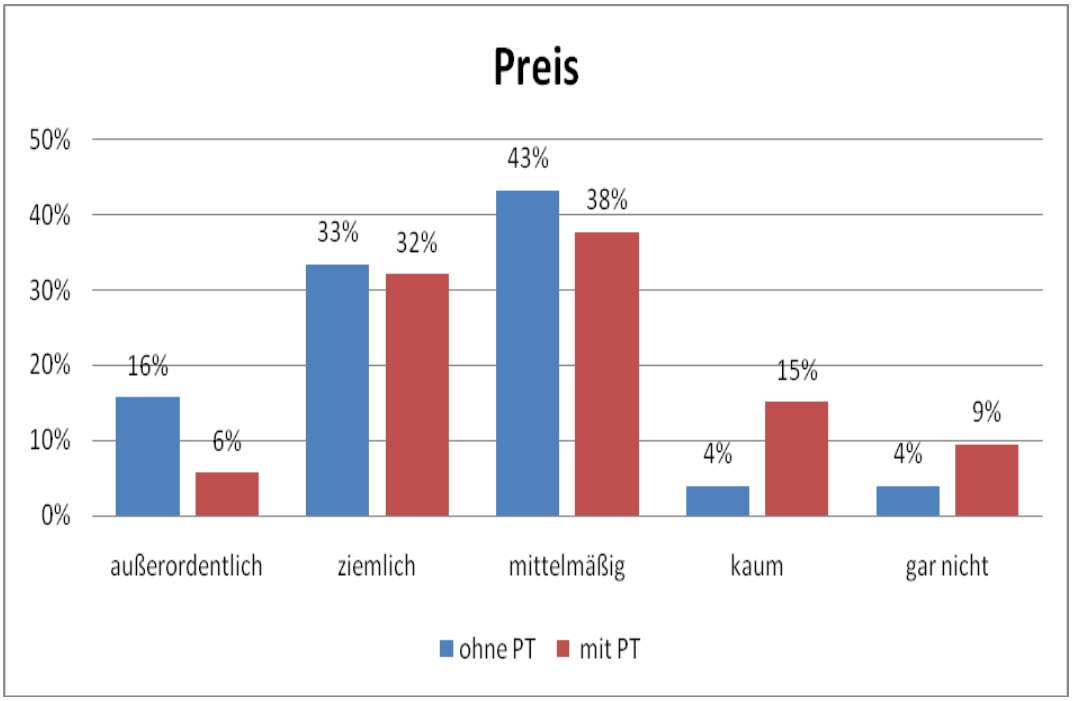

Abbildung 9 Preis

H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in der Bedeutung des Preises in den beiden Gruppen.

Zusammenfassend lässt sich allerdings aus der Auswertung erkennen, dass für Kunden/Kundinnen die mit PT trainieren, die Betreuung und die Trainerkompetenz (mit 0,061 knapp nicht signifikant) am wichtigsten sind. Mitglieder, die mit PT trainieren, legen zwar auch Wert auf die Ausstattung (1,66), aber höhere Bedeutung wird der Trainerkompetenz (1,377) und Betreuung (1,585) beigemessen. Mitglieder, die ohne PT trainieren, legen zwar auch Wert auf Freundlichkeit (1,569) und Trainerkompetenz (1,706), aber besonders wichtig ist ihnen die Ausstattung (1,412) und die Atmosphäre (1,549) des Fitnessclubs.
Fazit ist, dass Kunden, die mit PT trainieren, tendenziell mehr Wert auf die Atmosphäre und Mitglieder, die ohne PT trainieren, mehr Wert auf die Infrastruktur legen.

11.5 Seit wie vielen Jahren bei John Harris?

Mitglieder von John Harris sind treue Mitglieder. Mehr als 22% der Befragten sind schon mehr als 10 Jahre, 9% 8-9 Jahre, 11% 6-7 Jahre, 13% 4-5 Jahre, 34% sind 1-3 Jahre und nur 12 % sind erst weniger als ein Jahr bei John Harris Fitness. Wie die Statistik zeigt, ist mehr als die Hälfte der Mitglieder schon über 4 Jahre bei John Harris Fitness.

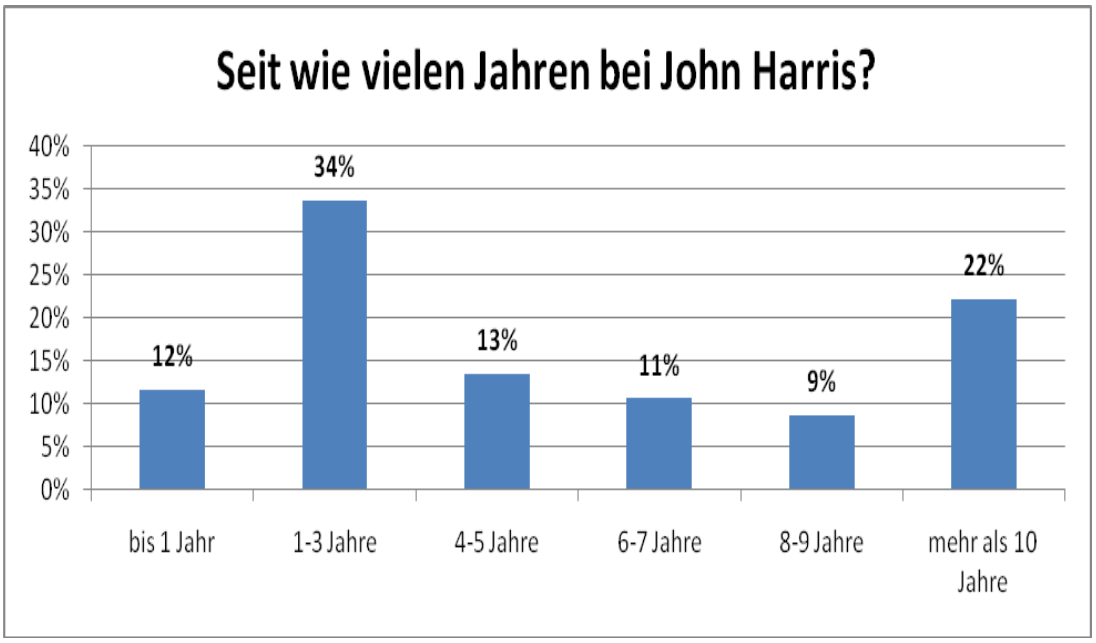

Abbildung 10 Seit wie vielen Jahren bei John Harris?

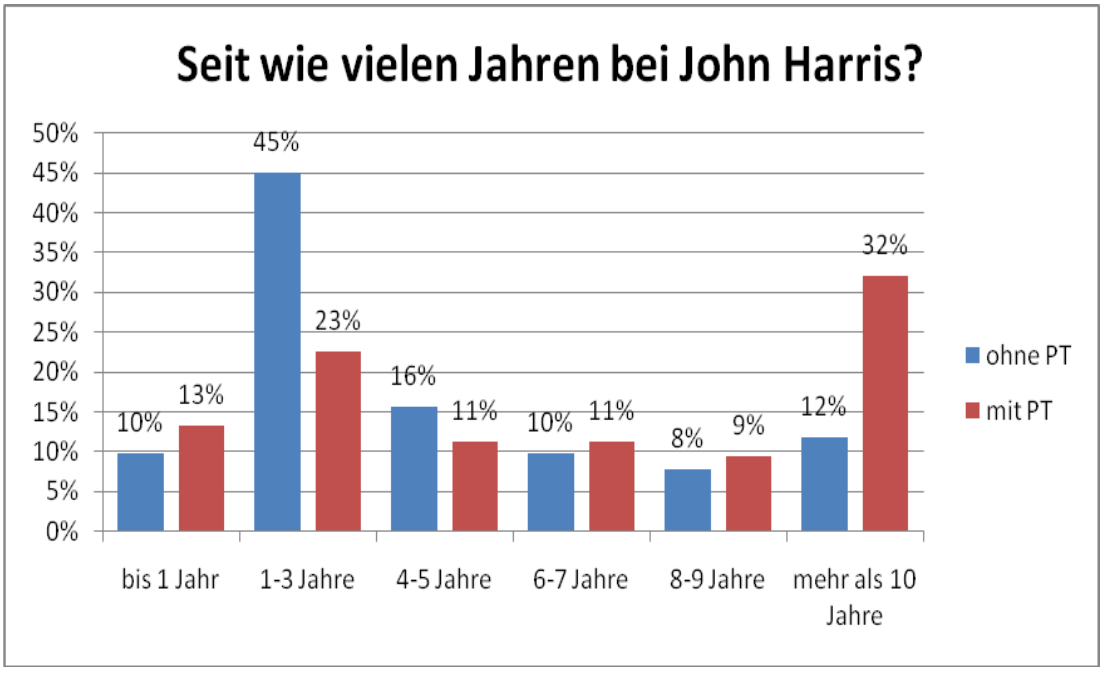

Abbildung 11 Seit wie vielen Jahren bei John Harris mit und ohne PT?

Das durchschnittliche Mitglied, welches mit PT trainiert, ist 3,77 Jahre bei John Harris und das durchschnittliche Mitglied, welches ohne PT trainiert, nur 2,96 Jahre.
Der U-Test zeigt einen signifikanten Unterschied mit p=0,033. H0 wird verworfen. Das Ergebnis zeigt, dass Mitglieder, die mit Trainer trainieren, schon länger bei John Harris trainieren.

Tabelle 8 U-Test - Seit wie vielen Jahren trainieren Sie bei John Harris?

Seit wie vielen Jahren trainieren Sie bei John Harris?	
Mann-Whitney-U	1033,5
Wilcoxon-W	2359,5
Z	-2,127
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	0,033

H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in der Mitgliedsdauer der beiden Gruppen.

Das Ergebnis zeigt, dass der Personal Trainer zum einen über einen längeren Zeitraum zum Training motivieren kann und zum anderen die Person an den Club bindet.

11.6 Wie viel Zeit pro Woche verbringe ich im Fitnessstudio?

Bei der Wochentrainingszeit zeigen sich deutliche Unterschiede. Während in der mit PT (Personal Trainer) 9 % weniger als 2 Stunden trainieren, gibt es in der ohne PT Gruppe niemanden, der so wenig trainiert. 2-5 Stunden trainieren in der PT Gruppe 51% und 37% in der ohne PT-Gruppe. 6-10 Stunden trainieren 32% der Mitglieder, die einen PT haben und 51%, die keinen PT haben. Mehr als 10 Stunden trainieren in der ohne PT Gruppe mit 12% mehr im Vergleich zur mit PT-Gruppe mit 8%.

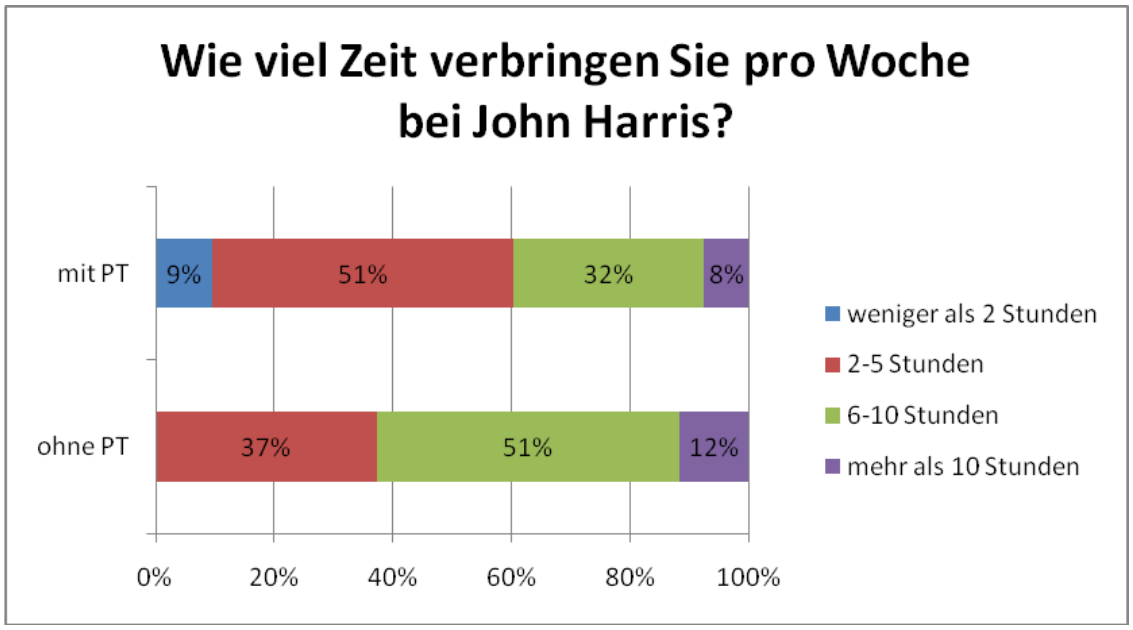

Abbildung 12 Wie viel Zeit verbringen sie pro Woche im Fitnessstudio?

Mitglieder, die ohne Trainer trainieren, halten sich länger im Fitnessstudio auf als Mitglieder, die mit Trainer trainieren. Der U-Test zeigt mit p= 0,01 ein signifikantes Ergebnis. H0 wird verworfen.

Tabelle 9 U-Test - Wie viel Zeit verbringen Sie pro Woche bei John Harris?

Wie viel Zeit verbringen Sie pro Woche bei John Harris?	
Mann-Whitney-U	992,5
Wilcoxon-W	2423,5
Z	-2,544
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	0,011

H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in der Wochentrainingszeit in den beiden Gruppen.

Die geringerer Trainingszeit lässt sich damit erklären, dass gerade Kunden/Kundinnen, die mit Trainer trainieren, meist einen vollen und dichten Terminkalender haben. Das heißt, sie trainieren auch mit einem Trainer, um aus der knappen Zeit die sie zur Verfügung haben das Maximum herauszuholen. Die kostbare Zeit effizient und gezielt zu nutzen, ist für Kunden, die mit Personal Trainer trainieren, besonders wichtig. (Freese, 2003)

11.7 Trainingserfolg

Der U- Test zeigt keinen signifikanten Unterschied (p=0,156) im Trainingserfolg. H0 wird beibehalten. In der Grafik ist eine Tendenz zu erkennen, dass KundenKundinnen, die mit PT trainieren, mit 32% häufiger außerordentlich zufrieden gewählt haben, als die ohne PT Gruppe mit 25%. Weiters ist die mit PT Gruppe zu 60% ziemlich zufrieden, die ohne PT nur zu 55%. Von Mitgliedern, die nur mittelmäßig zufrieden sind, trainieren 8% mit und 20% ohne PT. Niemand der Befragten war mit seinem Trainingserfolg überhaupt nicht zufrieden.

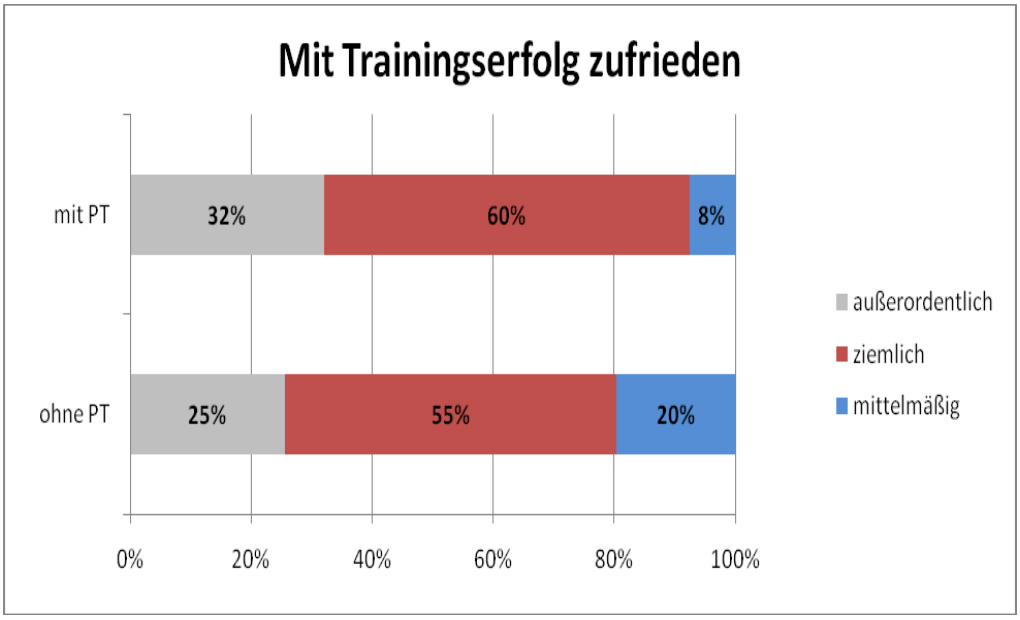

Abbildung 13 Mit Trainingserfolg zufrieden.

Tabelle 10 U-Test - Ich bin mit meinem Trainingserfolg zufrieden.

Ich bin mit meinem Trainings-erfolg zufrieden	
Mann-Whitney-U	1158,5
Wilcoxon-W	2589,5
Z	-1,42
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	0,156

H0: Es besteht kein signifikanter Unterschied hinsichtlich der Zufriedenheit mit dem Trainingserfolg in beiden Gruppen.

11.8 Erreiche meine Fitnessziele

Die Abbildung 15 zeigt ein ziemlich ausgeglichenes Ergebnis. 19%, die mit PT trainieren, und 18%, die ohne PT trainieren, sind außerordentlich zufrieden. Ziemlich zufrieden sind 68% in der mit PT- und 61% in der ohne PT-Gruppe. Mittelmäßig zufrieden waren 13% der Kunden/Kundinnen, die mit PT trainieren und 22%, die ohne PT trainieren.

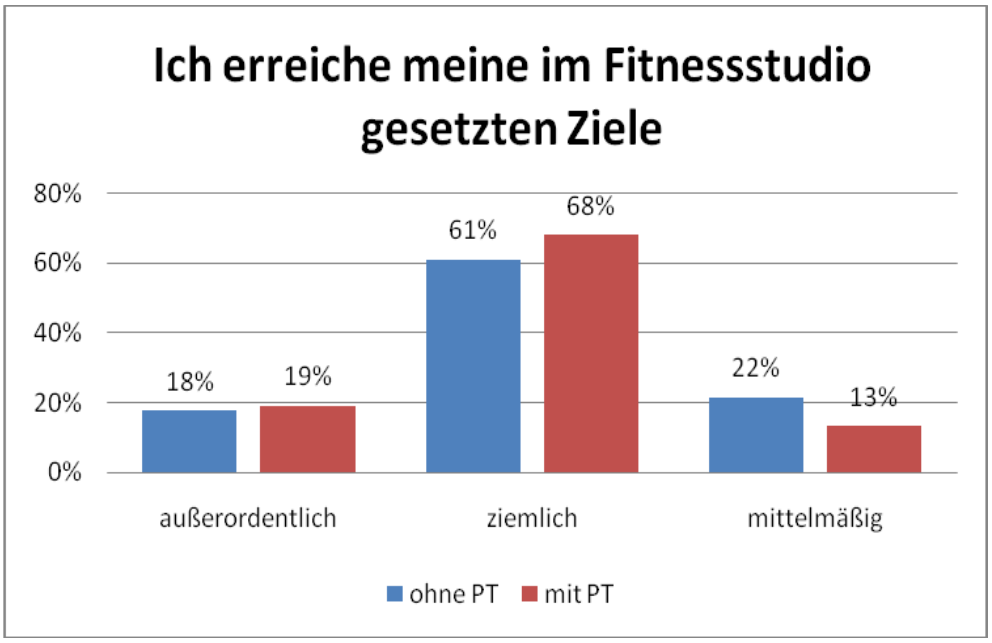

Abbildung 14 Ich erreiche meine im Fitnessstudio gesetzten Ziele

Ein U- Test zeigt keinen signifikanten Unterschied (p= 0,417) in der Zielerreichung. Die Grafik zeigt auch keinen Unterschied. H0 wird beibehalten.

Tabelle 11 U-Test - Ich erreiche meine im Fitnessstudio gesetzten Ziele.

Ich erreiche meine im Fitness-studio gesetzten Ziele	
Mann-Whitney-U	1245,5
Wilcoxon-W	2676,5
Z	-0,812
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	0,417

H0: Es besteht kein signifikanter Unterschied in der Zielerreichung der beiden Gruppen.

11.9 Befriedigung durch Fitnesstraining

In Kapitel 11.9 wurden zum Fitnesssport passende Items aus dem Fragebogen von Curry und Weiß (1989) zur Identität im Sport herausgenommen.

Wie die Tabelle 12 und Abbildung 16 zeigen, ist in beiden Gruppen der Punkt "Durch mein Fitnesstraining habe ich gelernt mich körperlich fit zu halten" an erster Stelle mit 1,784 in der ohne PT und 1,736 in der mit PT Gruppe. "Seit ich Fitnesstraining betreibe, bin ich körperlichen Belastungen des Alltages besser gewachsen" ist auch in beiden Gruppen auf Platz 2 mit 1,961 in der ohne PT und 2,245 in der mit PT Gruppe. Auf dem dritten Platz unterscheiden sich die beiden Gruppen in der mit PT Gruppe ist der Punkt " Ich glaube, dass ich weniger auf meine Gesundheit achten würde, wenn ich nicht ins Fitnessstudio gehen würde." mit 2,415 auf Platz drei und in der ohne PT Gruppe ist das Item "Durch mein Fitnesstraining habe ich mehr Selbstvertrauen erlangt." mit 2,373 auf dem dritten Platz.

Die Parameter "Durch mein Fitnesstraining habe ich mehr Selbstvertrauen erlangt.", "Ich glaube, dass meine Fitnesstraining dazu beigetragen hat, dass ich meine Freizeit besser nutze." und "Durch mein Fitnesstraining habe ich gelernt, mich besser zu behaupten." sind signifikant und werden in den folgenden Seiten genauer beschrieben.

Tabelle 12 U-Test - Befriedigung durch Fitnesstraining (1=stimme stark zu, 2= stimme zu, 3= neutral, 4= lehne ich ab und 5= lehne ich stark ab)

	N	gesamt	ohne PT	mit PT	Signifiganz
gelernt mich körperlich fit zu halten	104	1,760	1,784	1,736	0,940
körperlichen Belastungen gewachsen	104	2,106	1,961	2,245	0,136
weniger auf Gesundheit achten wenn nicht Fitnessstudio	104	2,519	2,627	2,415	0,275
mehr Selbstvertrauen	104	2,606	2,373	2,830	0,027
Freizeit besser nützen	104	2,837	2,569	3,094	0,015
Ziele setzen und erreichen	104	3,077	2,941	3,208	0,274
besser zu behaupten	104	3,231	3,000	3,453	0,032
kostet viel Zeit	104	3,837	3,863	3,811	0,831
hält mich von wichtigeren Dingen ab	104	4,096	4,216	3,981	0,137
schadet meiner Gesundheit	104	4,356	4,431	4,283	0,219

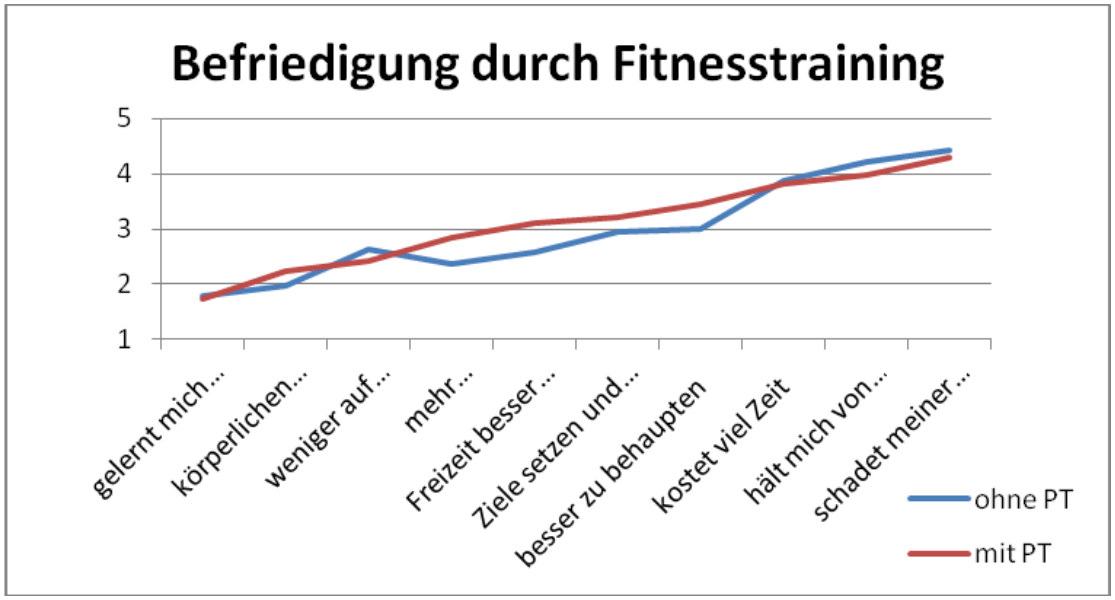

Abbildung 15 Befriedigung durch Fitnesstraining (1=stimme stark zu, 2= stimme zu, 3= neutral, 4= lehne ich ab und 5= lehne ich stark ab)

11.9.1 Mehr Selbstvertrauen

Der Faktor "Mehr Selbstvertrauen" ist nach dem U-Test mit p=0,027 signifikant. H1 wird angenommen. Mitglieder, die ohne PT (2,373) trainieren, stimmen dem Punkt: "Durch mein Fitnesstraining habe ich mehr Selbstvertrauen erlangt." mehr zu als die mit PT Gruppe (2,830).

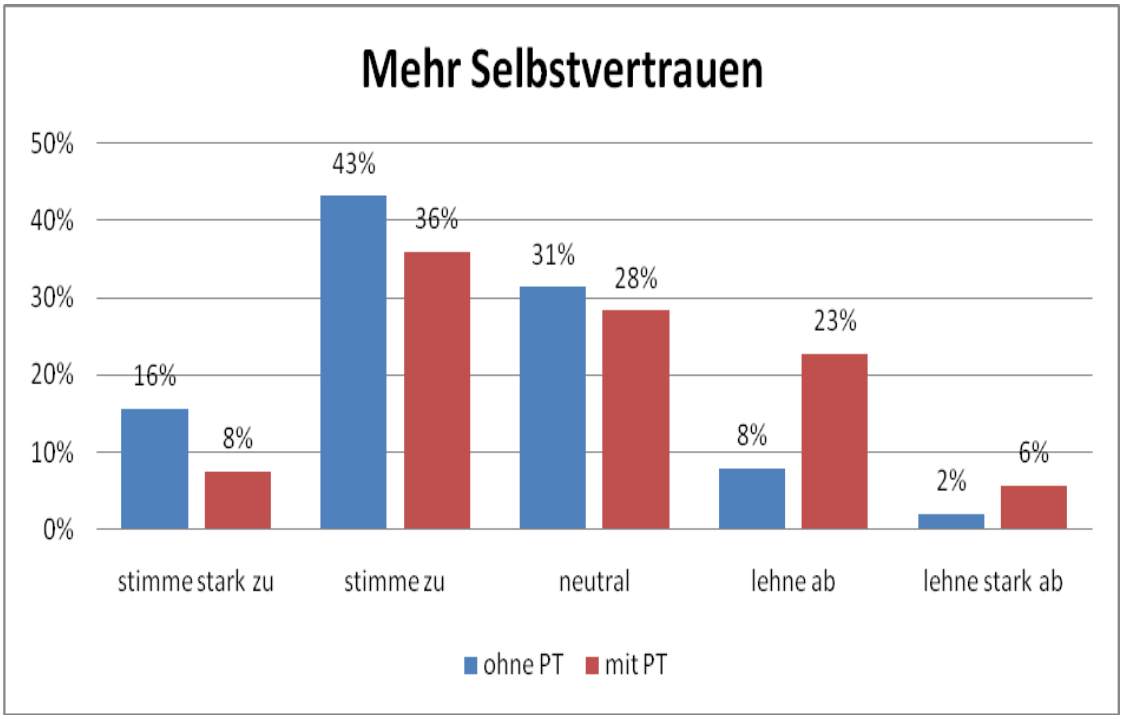

Abbildung 16 Mehr Selbstvertrauen

H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied dem Punkt:"Durch mein Fitnesstraining habe ich mehr Selbstvertrauen erlangt." in beiden Gruppen.

11.9.2 Freizeit besser nutzen

Das Item "Freizeit besser nutzen" ist nach dem U-Test mit p=0,015 signifikant. H1 wird angenommen. Mitglieder, die ohne PT trainieren, stimmen dem Punkt: "Ich glaube, dass meine Fitnesstraining dazu beigetragen hat, dass ich meine Freizeit besser nutze." mit 2,569 mehr zu als Kunden/Kundinnen, die mit PT trainieren(3,094) Die ohne PT Gruppe nutzt ihre Freizeit besser als früher.

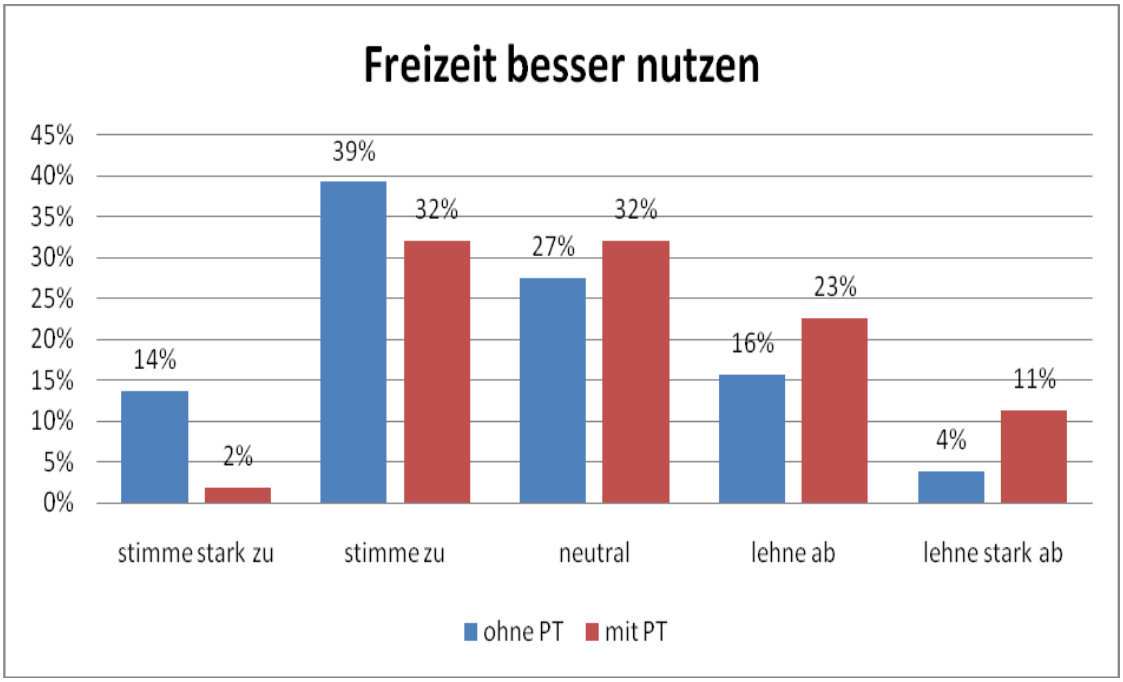

Abbildung 17 Freizeit besser nutzen

H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied bei der Frage: "Ich glaube, dass meine Fitnesstraining dazu beigetragen hat, dass ich meine Freizeit besser nutze." in beiden Gruppen.

11.9.3 Besser behaupten

Der Punkt "Besser behaupten" ist nach dem U-Test mit p=0,032 signifikant. H1 wird angenommen. Mitglieder, die ohne PT trainieren, stimmen dem Punkt: "Durch mein Fitnesstraining habe ich gelernt, mich besser zu behaupten." mit 3,0 mehr zu als die mit PT Mitglieder mit 3,453.

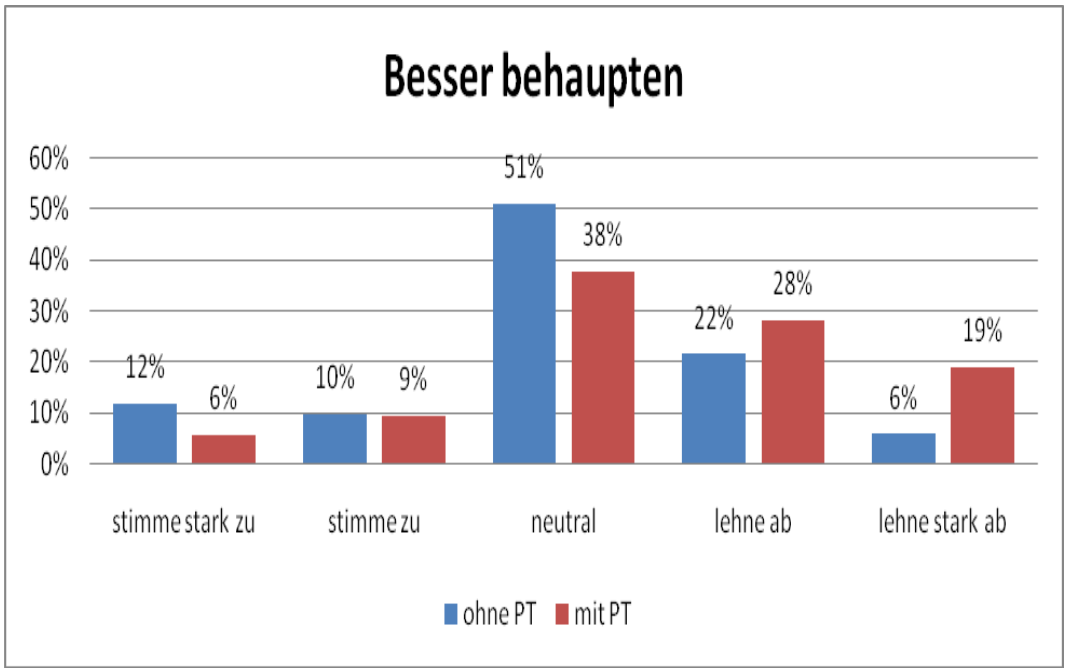

Abbildung 18 Besser behaupten

H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in dem Punkt "Durch mein Fitnesstraining habe ich gelernt, mich besser zu behaupten." in beiden Gruppen.

11.10 Motive für Fitnesssport

Das wichtigste Motiv für Fitnesssport ist "fit sein" mit 1,433, dicht gefolgt von dem Motiv "Wohlbefinden steigern" mit 1,529. An dritter Stelle steht das Motiv "gesund zu bleiben". "Leistungsfähigkeit aufrecht erhalten" (1,75) und "Muskeln aufbauen" (1,769) sind auf Platz vier und fünf. "Unabhängig von anderen Sport betreiben" ist an sechster Stelle mit 1,942. "Attraktiv aussehen" wird mit 2,096 und "Stress abbauen" mit 2,308 bewertet. Danach folgt der "Ausgleich" (2,337) und die "Entspannung" (2,452) und "körperliche Beschwerden mildern" (2,606). An den letzten vier Plätzen sind die Punkte "in Gesellschaft sein" (3,369), "neue Leute kennen lernen" (3,606), "Freunde gehen auch ins Fitnessstudio" (3,654) und "Geschäftsbeziehungen knüpfen" (4,144).

Wie man an der Bewertung sehen kann, gehen John Harris Mitglieder hauptsächlich zum Training, um ihrem Körper etwas Gutes zu tun. Motive wie in "Gesellschaft sein" und "neue Leute kennen lernen" sind weniger wichtig.

Im Gegenzug dazu behauptet Freese, dass es im Laufe der Mitgliedschaft zu einer Motivverschiebung kommt. Zu Beginn der Mitgliedschaft stehen Motive wie "Gewichtsreduktion", "Figurverbesserung" und "Muskelaufbau" im Vordergrund. Im Laufe der Zeit werden diese Angaben von Faktoren wie "Geselligkeit", "Kommunikation" und "Spaß" verdrängt. (Freese, 2003)

Tabelle 13 U-Test - Motive zum Fitnesssport (1=stimme stark zu, 2= stimme zu, 3= neutral, 4= lehne ich ab und 5= lehne ich stark ab)

Persönliche Motive	N	gesamt	ohne	mit	Signifikanz
fit zu sein	104	1,433	1,333	1,528	0,037
Wohlbefinden zu steigern	104	1,529	1,431	1,623	0,059
gesund zu bleiben	104	1,731	1,647	1,811	0,186
Leistungsfähigkeit aufrecht zu erhalten	104	1,750	1,725	1,774	0,627
Muskeln aufzubauen	104	1,769	1,725	1,811	0,404
attraktiv auszusehen	104	2,096	1,882	2,302	0,005
unabhängig von anderen Personen Sport betreiben	103	1,942	1,800	2,075	0,303
Stress abzubauen	104	2,308	2,118	2,491	0,052
Ausgleich	104	2,337	2,353	2,321	0,970
gehe um zu entspannen	104	2,452	2,294	2,604	0,168
körperliche Beschwerden zu mildern	104	2,606	2,627	2,585	0,870
in Gesellschaft bin	103	3,369	3,260	3,472	0,309
neue Leute kennen zu lernen	104	3,606	3,549	3,660	0,565
Freunde tun es auch	104	3,654	3,588	3,717	0,681
Geschäftsbeziehungen zu knüpfen	104	4,144	4,235	4,057	0,308

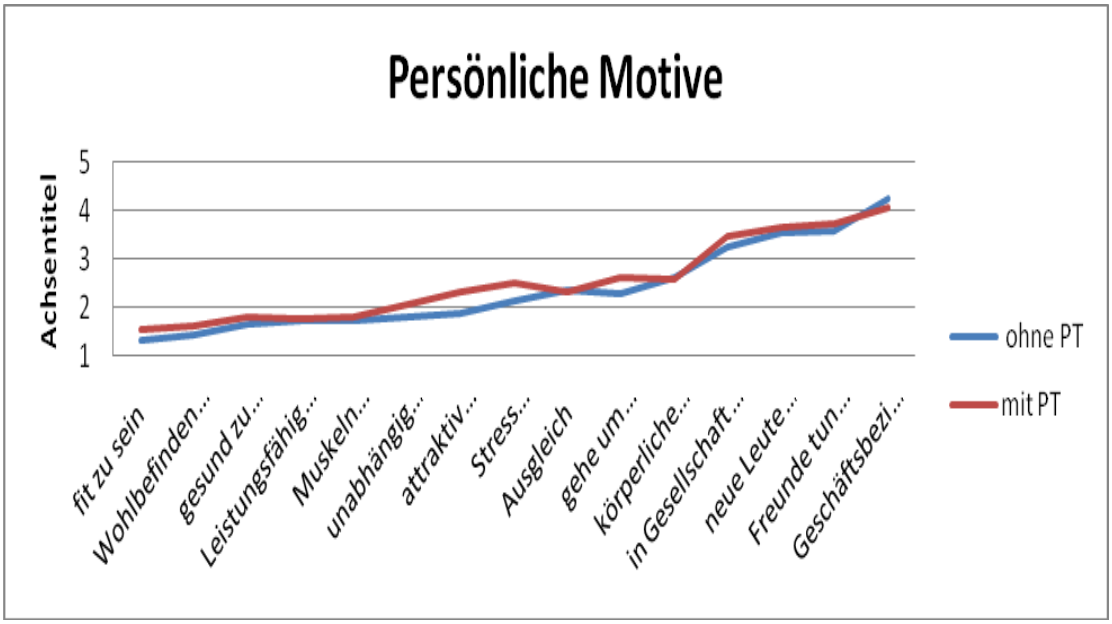

Abbildung 19 Persönliche Motive

Wie die beiden Abbildungen zeigen, ist in beiden Gruppen das Motive "Fit zu sein" an erster Stelle mit 1,333 in der ohne PT und 1,528 in der mit PT Gruppe. "Wohlbefinden zu steigern" ist auch in beiden Gruppen auf Platz 2 mit 1,431 in der ohne PT und 1,623 in der mit PT Gruppe. Auf dem dritten Platz unterscheiden sich die beiden Gruppen in der ohne PT Gruppe ist das Motiv "Gesund bleiben" und in der mit PT ist "Leistungsfähigkeit aufrecht zu erhalten" an dritter Stelle. Bei der Auswertung waren zwei Punkte signifikant und zwei weitere knapp nicht signifikant. Auf diese vier Komponenten wird im Folgenden näher eingegangen.

11.10.1 Fit sein

Der U- Test zeigt einen signifikanten Unterschied (p= 0,037) bei dem Motiv "fit sein". Die H1 wird angenommen. Die ohne PT Gruppe stimmt dem Motiv mit 1,333 stärker zu als die Personen, die mit PT trainieren. mit 1,528.

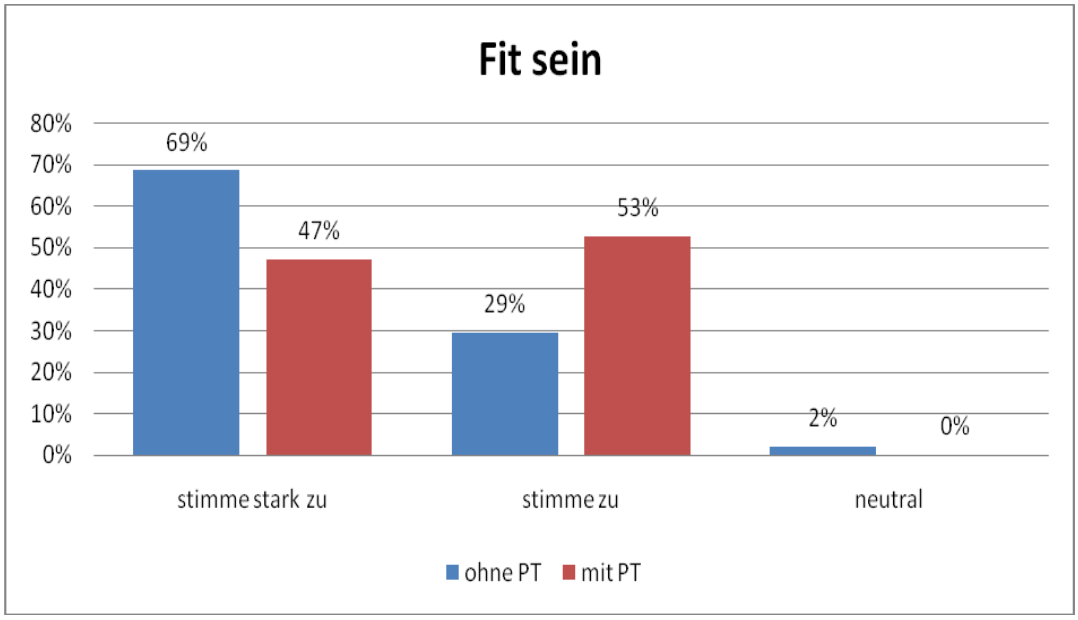

Abbildung 20 Fit sein

H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in dem Motiv "Ich gehe ins Fitnessstudio, um fit zu sein." in beiden Gruppen.

Das Motiv "Fit sein" hat in der Gruppe ohne PT einen höheren Stellenwert als in der Gruppe mit PT. Körperliche Fitness und Belastbarkeit werden zunehmend zu einem knappen Gut. Ein bei mittlerer und höherer Altersgruppen immer stärker entwickelndes, präventives Gesundheitsbewusstsein fördert die Nachfrage nach gesunden Bewegungsformen. (Dietrich, 1990)

11.10.2 Attraktiv aussehen

Der U- Test zeigt einen signifikanten Unterschied (p= 0,005) bei dem Motiv "Attraktiv aussehen". Die H1 wird angenommen. Die ohne PT Gruppe stimmt dem Motiv mit 1,882 stärker zu als die mit PT Gruppe mit 2,302.

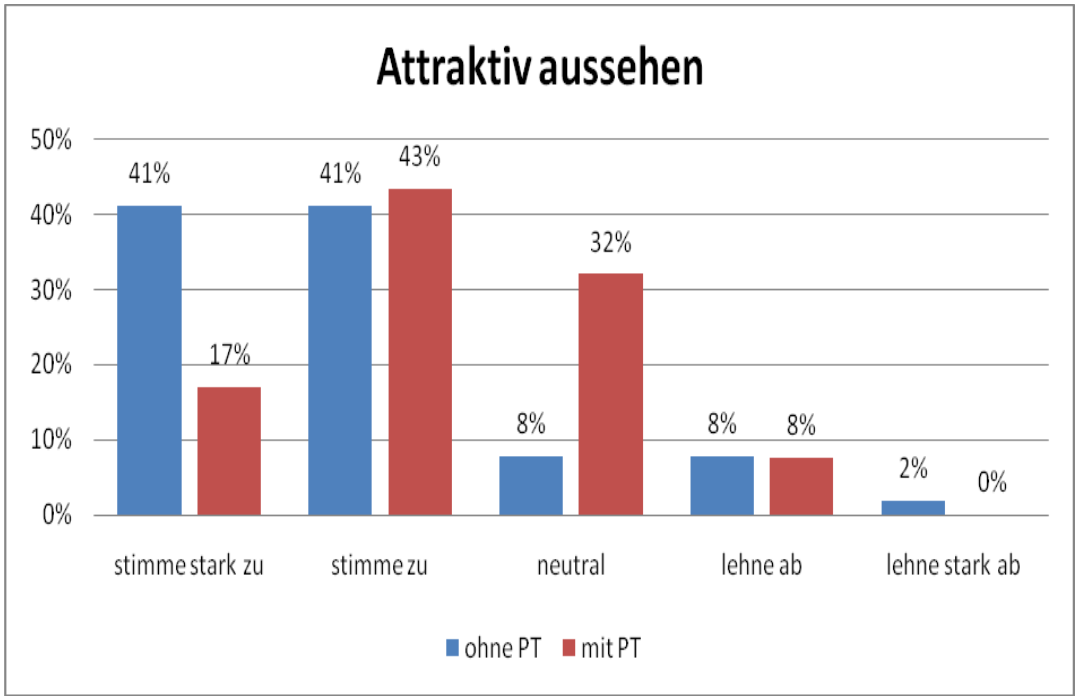

Abbildung 21 Attraktiv aussehen

H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in dem Motiv "Ich gehe ins Fitnessstudio, um attraktiv auszusehen." in beiden Gruppen.

Das Motiv "Attraktiv aussehen" hat in der Gruppe ohne PT ebenfalls einen höheren Stellenwert als in der Gruppe mit PT.

11.10.3 Stress abbauen

Der U- Test zeigt knapp keinen signifikanten Unterschied (p= 0,052) bei dem Motiv "Stress abbauen". Die H0 wird beibehalten. Die Gruppe, die ohne PT trainiert, hat einen Durchschnittswert von 2,118 und die Gruppe, die mit PT trainiert, hat eine Wert von 2,491.

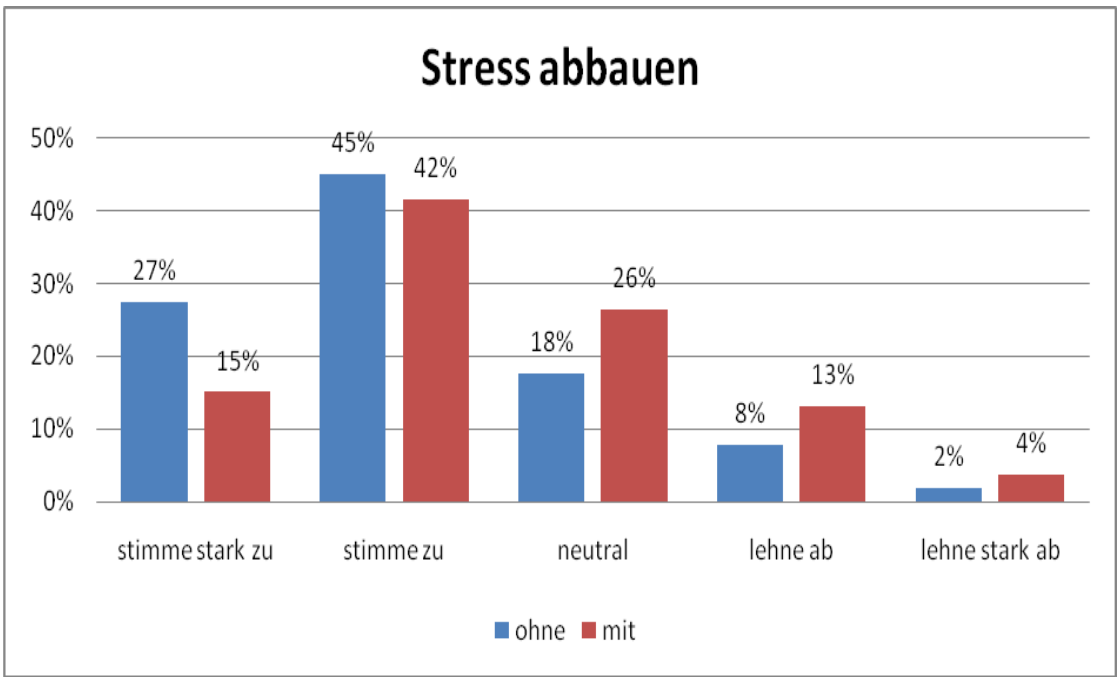

Abbildung 22 Stress abbauen

H0: Es besteht kein signifikanter Unterschied in dem Motiv "Ich gehe ins Fitnessstudio, um Stress abzubauen." in beiden Gruppen.

11.10.4 Wohlbefinden steigern

Dieses Ergebnis war laut U-Test ebenfalls mit p=0,059 knapp nicht signifikant. Die Gruppe, die ohne PT trainiert, hat einen Durchschnittswert von 1,431 und die Gruppe, die mit PT trainiert, einen Wert von 1,623. H0 wird beibehalten.

Eine empirische Studie von Knut zu Nachfrage, Angebot und Beschäftigungschancen in der Fitnessbranche zeigt auch, dass 68,5% in Fitnessstudios gehen, um ihr Wohlbefinden zu erhöhen. (Dietrich, 1990)

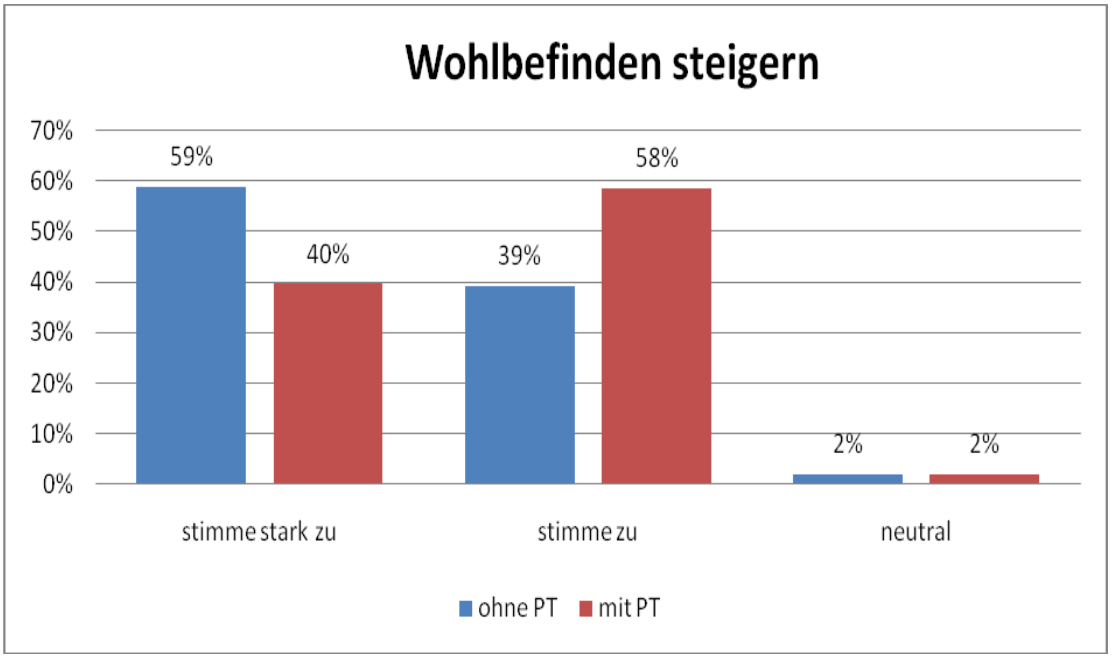

Abbildung 23 Wohlbefinden steigern

H1: Es besteht kein signifikanter Unterschied in dem Motiv "Ich gehe ins Fitnessstudio, um mein Wohlbefinden zu steigern." in beiden Gruppen.

Der Vergleich der beiden Gruppen zeigt, dass die Gruppe, die ohne Personal Trainer, die Motive zum Fitnesssport durchgängig bis auf zwei Motive besser bewertet. Offensichtlich dürften sich die Mitglieder ohne PT mehr Gedanken machen, warum sie im Fitnessstudio trainieren.

Im Gegensatz dazu, zeigt eine Untersuchung der Deutschen Sporthochschule aus dem Jahre 2000, dass sich Kunden/Kundinnen eines Personaltrainers noch gesundheitsorientierter ver-

halten als Mitglieder, die ohne Trainer trainierten. Von Kunden/Kundinnen, die in einem Fitnessclub ohne Personal Trainer trainieren, erreichen weniger als 5% ihre Ziele. (Freese, 2003) Mitglieder von Fitnessstudios bewerten das Motiv "Durch Sport etwas für seine Gesundheit tun" mit 67% als sehr wichtig. (Dietrich,1990)

11.11 Motive für Personal Training

Tabelle 14 U-Test - Motive für Personal Training (1=stimme stark zu, 2= stimme zu, 3= neutral, 4= lehne ich ab und 5= lehne ich stark ab)

Motive zum Personal Training	N	gesamt	ohne	mit	Signifikanz
Übungen korrekt ausführen	102	1,461	1,633	1,302	0,041
Ziele schneller erreichen	102	1,755	2,000	1,528	0,008
abwechslungsreicher	102	1,814	2,265	1,396	0,000
erhöht die Motivation beim Training	102	1,873	2,224	1,547	0,000
teuer	102	2,549	2,429	2,66	0,231

H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in dem Motiv "Beim Training mit Personal Trainer führt man die Übungen korrekter aus." in beiden Gruppen.

H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in dem Motiv "Beim Training mit Personal Trainer erreicht man seine Ziele schneller." in beiden Gruppen.

H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in dem Motiv "Beim Training mit Personal Trainer ist das Training abwechslungsreicher." in beiden Gruppen.

H1: Es besteht ein signifikanter Unterschied in dem Motiv "Beim Training mit Personal Trainer erhöht man die Motivation beim Training." in beiden Gruppen.

Die Motive zum Personal Training "Ich trainiere mit Personal Trainer, um Übungen korrekter auszuführen"(p=0,041), "Ziele schneller zu erreichen"(p=0,008) "abwechslungsreicher zu trainieren" p=0,000) und die "Motivation beim Training zu erhöhen"(p=0,000) waren alle signifikant. H1 wurde angenommen. Dass Mitglieder, die mit PT trainieren, grundsätzlich vom Personal Training überzeugter sind, ist keine Überraschung. Aber auch Kunden/Kundinnen, die ohne PT trainieren, sind wie man an dem knapp signifikanten Ergebnis in Tabelle 14 sieht, davon überzeugt, dass Übungen mit Personal Training korrekter ausgeführt werden. Eine große Überraschung war, dass beide Gruppe Personal Training als nicht teuer empfinden (p=0,231). H0 wird beibehalten. Personal Training wurde von der ohne PT Gruppe mit 2,429 gegenüber der mit PT Gruppe mit 2,660 nur knapper zutreffender bewertet. Hingegen in der Literatur wird Personal Training als exklusives Nischenprodukt bezeichnet. (Freese, 2003)

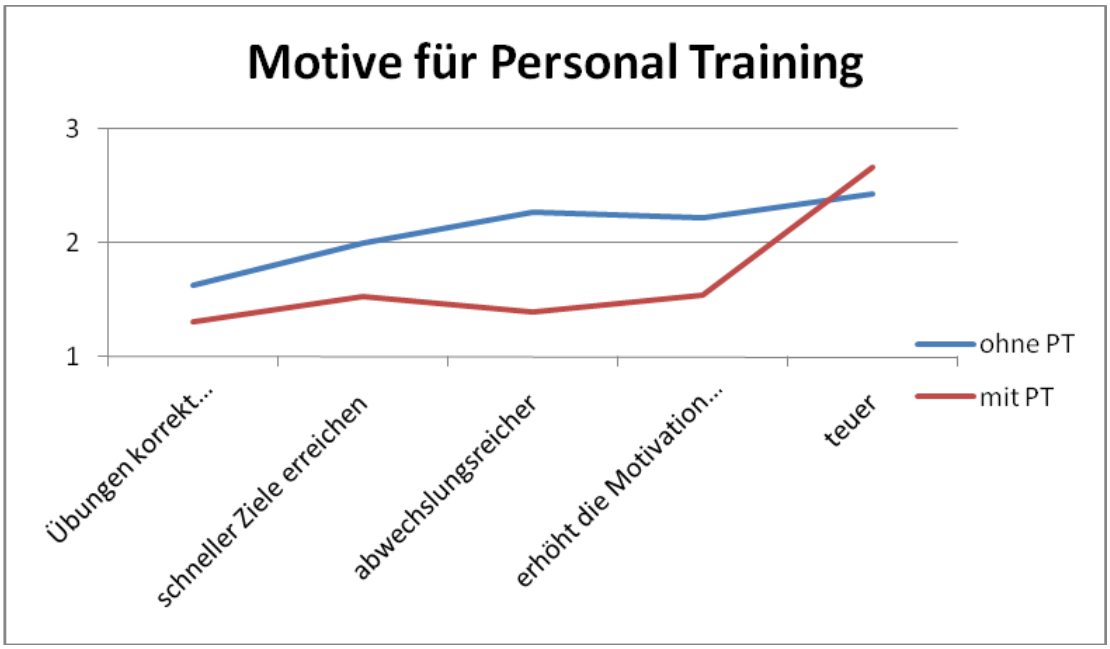

Abbildung 24 Motive zum Personal Training - (1=stimme stark zu, 2= stimme zu, 3= neutral, 4= lehne ich ab und 5= lehne ich stark ab)

11.11.1 Wahl des Personal Trainer

Tabelle 15 U-Test - Wahl des Personal Trainer. (1=stimme stark zu, 2= stimme zu, 3= neutral, 4= lehne ich ab und 5= lehne ich stark ab)

Wahl des Personal Trainer	N	gesamt	ohne	mit	Signifikanz
Fachliche Kompetenz	103	1,272	1,240	1,302	0,385
Sympathie	103	1,602	1,560	1,642	0,848
Trainingserfahrung	103	1,621	1,660	1,585	0,487
Äußeres Erscheinungsbild	103	2,388	2,360	2,415	0,745
Empfehlung	103	2,515	2,540	2,491	0,986
Geschlecht	103	3,029	3,540	2,547	0,000
Beliebtheit	103	3,350	3,540	3,170	0,047
Alter	103	3,437	3,660	3,226	0,027

Bei der Wahl des Personal Trainers ist in beiden Gruppen die "fachliche Kompetenz" am wichtigsten (1,240 ohne PT und 1,302 in der mit PT). An zweiter Stelle ist in der ohne PT die "Sympathie" (1,560), in der mit PT Gruppe zählt hingegen die "Trainingserfahrung" (1,585). An dritter Stelle kommt bei Mitgliedern, die ohne PT trainieren, die "Trainingserfahrung" mit 1,660 und die "Sympathie" mit 1,642 in der mit PT Gruppe.

Auf den letzten drei Plätzen befinden sich die drei signifikanten Punkte, die aufgrund der Untersuchungsergebnisse als eher nebensächlich zu betrachten sind. Bei Kunden/Kundinnen, die mit Trainer trainieren, spielen das "Geschlecht"(p=0,000), die "Beliebtheit" (p=0,047) und "Alter" (p= 0,027) bei der Trainerauswahl eine Rolle.

11.11.2 Wie groß ist der Anteil des Personaltrainers an meinem Trainingserfolg?

Bei 36% der befragten Mitglieder hat der Personal Trainer einen außerordentlichen Anteil am Trainingserfolg und bei immerhin 53% einen ziemlichen Anteil.

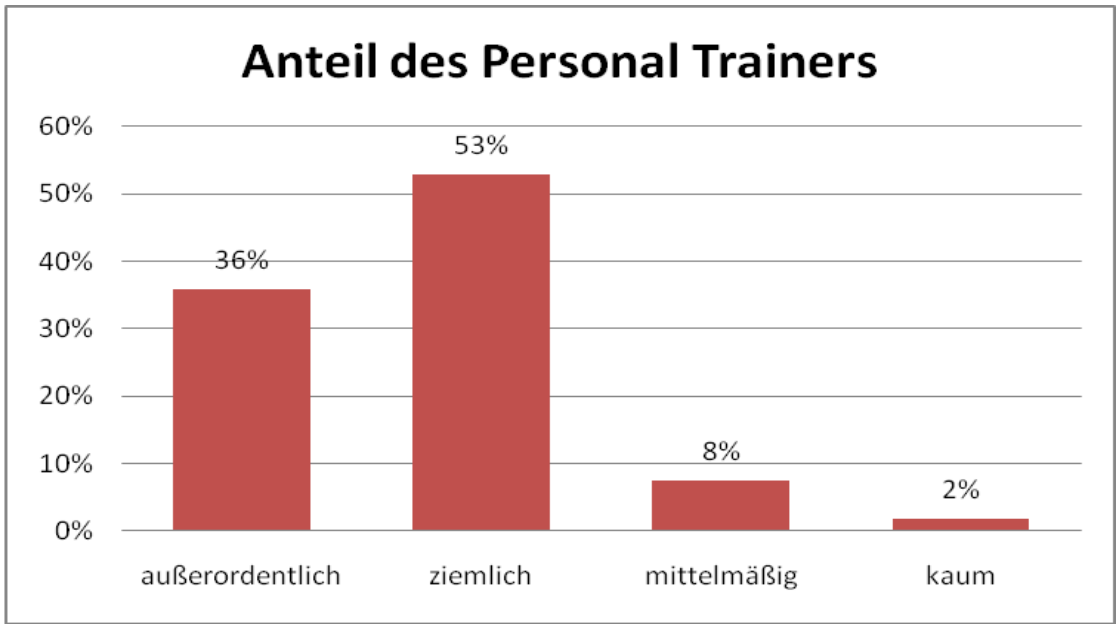

Abbildung 25 Anteil des Personal Trainers am Trainingserfolg

12. Zusammenfassung der Auswertung

Die ursprünglich gestellten Fragen werden nochmals angeführt und im Folgenden an Hand der Auswertung beantwortet.

1. Gibt es einen Unterschied im Alter zwischen den beiden Gruppen?
2. Gibt es einen Unterschied der Berufstätigkeit.
3. Gibt es einen Unterschied in der Schulbildung?
4. Welche Kriterien sind für die Wahl eines Fitnessstudios entscheidend? Wie unterscheiden sich diese?
5. Wie viel Zeit verbringen Mitglieder von John Harris Fitness pro Woche im Fitnessstudio?
6. Wer verbringt pro Woche mehr Zeit im Fitnessstudie?
7. Gibt es einen Unterschied im Trainingserfolg und der Zielerreichung?
8. Welche Motive haben Besucher/innen eines Fitnessclubs?
9. Besteht ein Unterschied in der Befriedigung durch Fitnesstraining?
10. Wie unterscheiden sich die Motive zur Auswahl eines Personal Trainers zwischen den beiden Gruppen?

Zu Frage 1:

Es gibt einen Unterschied im Alter zwischen den beiden Gruppen. Das durchschnittliche Alter der Gruppe, die mit Trainer trainiert, ist mit 48 Jahren wesentlich höher als bei der anderen Gruppe mit 37 Jahren. Dieser Unterschied hängt zum einen mit dem steigenden Einkommen zusammen. Je älter man wird, desto höher ist das Einkommen und umso leichter kann in die eigene Gesundheit investiert werden. Wie die Recherche zeigt, wird es ab dem 40igsten Lebensjahr, da der Körper immer mehr abbaut, auch immer bedeutsamer, Zeit und Geld in seine Gesundheit zu investieren.

Zu Frage 2:

Es gibt keinen signifikanten Unterschied der Berufstätigkeit zwischen den beiden Gruppen. Interessant ist, dass 42% in der Gruppe mit Personaltrainer selbstständig sind, hingegen in der Vergleichsgruppe nur 25%. So liegt die Vermutung, dass Selbstständige sich eher einen Personal Trainer leisten wollen oder leisten können, nahe. Bei den Pensionsten sind auch mehr Mitglieder in Betreuung. (11% zu 6%). Die Angst, beim Training etwas falsch zu machen,

steigt mit zunehmenden Alter. Dadurch ist zu erklären, dass gerade der Seniorenbereich eine ansteigende Zielgruppe für Personal Training darstellt.

Zu Frage 3:

Es gibt keinen signifikanten Unterschied in der Schul- und Ausbildung zwischen den beiden Gruppen. Grund dafür ist wahrscheinlich, dass der Umstand, ob ich mir einen Personal Trainer leisten kann, eher vom Gehalt als von der Schulbildung abhängt. Zweifelsohne gibt es auch einen Zusammenhang zwischen Schulbildung bzw. Ausbildung und Verdienst.

Zu Frage 4:

In meiner Auswertung haben sich bei gesamter Betrachtungsweise die Kriterien Ausstattung, Kompetenz (Trainer) und Freundlichkeit besonders hervorgehoben.

John Harris Mitgliedern ist die Ausstattung besonders wichtig. Die laufende Investition in neue Geräte erweist sich als notwendige Maßnahme, um den Anforderungen der Mitglieder beständig gerecht zu werden und sich vor der Konkurrenz einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil zu verschaffen. Ein Fitnessclub ist eine Dienstleistungsorganisation, daher genießen Kompetenz und Freundlichkeit des Personals einen hohen Stellenwert. Eine gute Ausstattung ist wichtig, aber ohne freundlichen und kompetenten Personal nur die halbe Miete.

Es gibt einen signifikanten Unterschied in Ausstattung, Betreuung und Preis. Während die Gruppe, die ohne Trainer trainiert, die Ausstattung als wichtiger erachtet, so genießt in der Personal Trainer Gruppe die Betreuung einen höheren Stellenwert. Zusammenfassend kann man sagen, dass die Ausstattung in beiden Gruppen an erster Stelle steht und die wichtigste Voraussetzung für zufriedene Kundschaft ist. Aber trotzdem ist in der Gruppe mit Personal Trainer die Betreuung ein wichtiges Entscheidungskriterium, da für diese Zielgruppe offensichtlich auch der persönliche Kontakt eine große Bedeutung hat.

Der Preis spielt bei Mitgliedern, die sich zusätzlich zu dem relativ hohen Mitgliedsbeitrag von 109 €, noch regelmäßig Privatstunden leisten, offensichtlich weniger Rolle.

Zu Frage 5:

Mitglieder ohne Personaltrainer verbringen deutlich mehr Zeit im Fitnessclub. Es liegt ein signifikanter Unterschied vor. Die ohne PT Gruppe ist zeitmäßig fleißiger, da 63% mehr als 6 Stunden in der Wochen trainieren und in der mit PT Gruppe im Vergleich nur 40%. Es stellt

sich demgemäß die Frage: "Hat der längerer Aufenthalt oder die Trainerbetreuung einen Einfluss auf den Erfolg?"

Zu Frage 6:

Es gibt keinen signifikanten Unterschied im Trainingserfolg und der Zielerreichung. Eine Begründung dafür könnte sein, dass jene Mitglieder, die mit Personal Trainer trainieren, durch das Fachwissen und die Motivationskraft des Personal Trainers ihre Trainingszeit effizienter nutzen und Mitglieder ohne Personal Trainer dieses Manko mit einem höheren Trainingsumfang ausgleichen.

Zu Frage 7:

Aus den 10 Punkten zur Frage nach Befriedigung durch Fitnesstraining gab es in drei Punkten einen signifikanten Unterschied. In der Gruppe ohne Personal Trainer ist das Selbstvertrauen mehr angestiegen als in der Vergleichsgruppe. Eine verbesserte Fitness und eine damit meist einhergehende Figurverbesserung führt offensichtlich in der ohne PT-Gruppe zu einer Steigerung des Selbstvertrauens. Mitglieder, die ohne PT trainieren, stimmen auch dem Punkt, dass sie durch Fitnesstraining gelernt haben Freizeit besser zu nutzen, mehr zu. Vielleicht empfinden Kunden/innen, die mit Personal Trainer trainieren, das Training eher als Pflicht und würden in ihrer Freizeit lieber etwas anderes machen. Sie wissen aber, dass ihnen das Training gut tut und aus diesem Grund vereinbaren sie mit dem Personal Trainer Trainingstermine. Kunden/innen, die ohne Personal Trainer trainieren, haben durch das Fitnesstraining gelernt, sich besser zu behaupten. Tendenziell dürfte die Gruppe mit PT geringere Befriedigung durch Fitnesstraining empfinden.

Zu Frage 8:

Bei "Motive zum Fitnesssport" gibt es zwei signifikante Unterschiede. Das erste Motiv ist "fit sein", welches in beiden Gruppen am höchsten bewertet wurde. "Fit sein" ist beiden Gruppen wichtig, aber der Gruppe ohne Personal Trainer ist dieses Motiv noch wichtiger und deshalb signifikant. Das zweite Motiv "Attraktiv aussehen" hat bei den Mitgliedern, die ohne Personal Trainer trainieren, einen eindeutig höheren Stellenwert. Die Gruppe ohne Personal Trainer hat alle Motive bis auf zwei höher bewertet. Das bedeutet, dass die Motive der Kunden/innen, die mit Personal Trainer trainieren, weniger stark ausgeprägt sind.

Zu Frage 9:

Die Motive zum Personal Training "Übungen werden korrekter ausgeführt", "Ziele werden schneller erreicht", "Training ist abwechslungsreich", "Erhöht die Motivation beim Training" waren alle signifikant, bis auf die Frage, ob das Personal Training teuer ist.

Mit diesem Ergebnis kann die gängige Meinung aus der Literatur für Fitnessclubs wie John Harris Fitness widerlegt werden. Personal Training ist also nach den Ergebnissen dieser Fragebogenuntersuchung am Standort John Harris nicht zu teuer.

13. Zusammenfassung

Ich arbeite seit mehr als fünf Jahren bei John Harris Fitness als Personal Trainer. Die Betreuung unsere Mitglieder ist eines unsere herausragenden Leistungsmerkmale. Aufgrund meiner Tätigkeit habe ich ein großes persönliches und unternehmerisches Interesse die Motive für Fitnesssport und für Personal Training zu erforschen. Das Ziel meiner Diplomarbeit ist es zu ergründen, ob und wie Mitglieder, die mit Personal Trainer trainieren, sich von Mitgliedern, die ohne Personal Trainer trainieren, hinsichtlich ihrer Trainingsgewohnheiten, Anforderung an den Club und Motiven zum Fitnesssport voneinander unterscheiden. Diese Arbeit gliedert sich in einen hermeneutischen und einen quantitativen Block.

Das Personal Training kommt wie die gesamte Fitnesswelle aus den USA. Zu Beginn gab es in dieser jungen Branche noch kein ausgebildetes Betreuungspersonal. So verkauften zu Beginn erfahrene Kraftsportler ihr selbstangelerntes Wissen an Neueinsteiger und könnten als die ersten Personal Trainer bezeichnet werden. Heute ist der Beruf des Personal Trainers eine anerkannte, verantwortungsvolle und umfassende Beschäftigung. Um ein guter Personal Trainer zu werden, gehört viel mehr dazu als nur ein fundiertes Fachwissen. Ein Personal Trainer ist auch Motivator, Ernährungscoach und Masseur. Da dieses Berufsfeld über keine reglementierte Gewerbeberechtigung verfügt, ist es besonders wichtig, auf qualitativ hochwertige Ausbildungen Wert zu legen, um sich von der Konkurrenz abheben zu können. Das Besondere an dieser Dienstleitung ist die individuelle "One on One" Betreuung. Der Kunde/Die Kundin zahlt dafür, dass sich der Personal Trainer für einen festgelegten Zeitraum ausschließlich auf den Kunden/die Kundin konzentriert. Diese exklusive Leistung hat ihren Preis. Aus diesem Grund können oder wollen sich -gemessen an der Gesamtbevölkerung- nur wenige einen Personal Trainer leisten. Für die Zukunft stellt sich die Frage, ob das Personal Training ein elitäres Nischenprodukt bleiben oder ein ständiger Wertwandel unsere Gesellschaft den Bedarf an

Personal Trainer erhöhen wird. Es kann aber auch sein, dass eine beginnende Wirtschaftskrise alles verändern wird.

Unsere Gesellschaft befindet sich in einem ständigen Wandel, da unser gesellschaftliches Wertesystem durch Veränderungen in Politik, Wirtschaft und im sozialem Bereich ständig beeinflusst wird. In den letzten Jahrzehnten ist es durch wachsenden Wohlstand zu einem Freizeitanstieg gekommen. Für immer mehr Menschen bedeutet Freizeit Lebensqualität. Die demographischen Veränderungen bewirken einen ansteigenden Freizeitwert. So werden wir Menschen immer älter, was bedeutet, dass wir länger die Möglichkeit haben unsere Freizeit aktiv zu nutzen. Die Tatsache, dass die Lebenserwartung steigt, vergrößert den Markt des Personal Trainers, da gerade für die Generation 60 Plus körperliches Training für den Erhalt der Lebensqualität wichtig ist. Die Wissenschaft und der technische Fortschritt sorgen ebenfalls für einen Anstieg der Freizeit. Mit Hilfe des Autos können wir schnell große Distanzen zurücklegen, Haushaltgeräte wie Waschmaschine, Geschirrspüler u.a.m. vereinfachen den Haushalt. Leider machen diese Maschinen auch den körperlichen Einsatz nahezu überflüssig. Der durchschnittliche Österreicher/die durchschnittliche Österreicherin leidet dadurch unter akutem Bewegungsmangel. Das Fitnessstudio bietet optimale Möglichkeiten, die fehlende körperliche Belastung auszugleichen und die vermehrte Freizeit aktiv und effektiver zu nutzen. Die gesundheitsfördernde Effekte durch Bewegung führen auch zu einer Kommerzialisierung des Sportes. Dadurch kommt es zu einem erhöhten Bedarf an Bewegungsstätten. Die Anzahl der Fitnessstudios ist in den letzten Jahren rasant angestiegen, da diese Dienstleistungsunternehmen die Bedürfnisse aufgreifen und ein entsprechendes Angebot präsentieren. Der Trend geht auch immer mehr zu einer Individualisierung des Sportes. Der Kunde/Die Kundin will über Dauer, Zeitpunkt, Häufigkeit und Ort des Sporttreibens selbst entscheiden. Der Personal Trainer passt sich dabei den individuellen Bedürfnissen der Kundschaft perfekt an.

Jedes Mitglied hat bestimmte Motive, die es dazu bewegen ins Fitnessstudio zu gehen. Sie stellen zeit- und situationsunabhängige Wertpositionen dar. Man kann diese auch als Spannungszustände bezeichnen, die ein zielgerichtetes Handeln initiieren und aufrecht erhalten. Durch ein vorhandenes Motiv wird aus dem Verhalten in einer spezifischen Situation geschlossen. Aus der jeweiligen Situation und dem Motiv ergibt sich eine Motivierung für eine bestimmte Handlungsweise. Jeder Mensch strebt nach Anerkennung. Soziale Anerkennung durch Sport ist ein tragendes Motiv zum Sporttreiben. Weitere Motive sind Sport in Verbindung mit Geselligkeit. Gerade diese Entwicklung wird von kommerziellen Freizeitclubs ge-

nutzt. So können neben der Sportausübung neue Freundschaften und Kontakte geknüpft werden. Fitness oder fit sein ist auch ein wichtiger Beweggrund. Der eigene Körper bzw. die eigene Fitness bekommt einen wichtigen Stellenwert in unserer Gesellschaft. Das Streben nach Gesundheit ist ein weiteres wichtiges Motiv für Sport. Das Gesundheitsbewusstsein steht in direkter Verbindung mit dem Körperbewusstsein. Vielen Menschen fehlt das Gefühl für ihren Körper. Dieser Mangel führt zu degenerativen Erkrankungen und Abnützungen des Körpers. Die Folge ist, man fühlt sich in seiner eigenen Haut nicht mehr wohl. Darum ist das Wohlbefinden ein weiteres bedeutsames Motiv. Zentrale Aufgaben des Fitnesstrainings sind der Erhalt und die Wiederherstellung des Wohlbefindens. Zum Abschluss soll noch der Faktor Aussehen erwähnt werden. Gerade das Aussehen spielt im Fitnesssport eine besondere Rolle. Körpertraining ist mit Schönheit, persönlichem Status und in weiterer Folge mit beruflichem Erfolg gekoppelt.

In der Sportsoziologie werden bestimmte Sportarten in Ober- und Unterschichtsportarten eingeteilt. Das ist beim Fitnesssport allgemein relativ schwierig, da die Fitnessbegeisterung quer durch alle Schichten verläuft. Die soziale Schichtung lässt sich eher über die Wahl des Fitnessclubs, aber auch über die Gestaltung des Trainings beurteilen. So ist das extreme Muskelaufbautraining (Bodybuilding), verbunden mit der hohen Gewichtsbelastung und damit meist einhergehenden Anabolikamissbrauch, eher der Unterschicht zuzuordnen. Hingegen kann man gesundheitsorientiertes Fitnesstraining (Rückenkräftigung, Herzkreislauftraining, usw.) eher als Schwerpunkt der sozialen Oberschicht bezeichnen.

Der moderne Fitnessclub ist ein Fitness-, Wellness-, Health- und Lifestyleclub in einem. Dem Gesundheitsbewussten erwartet eine große Anzahl an Fitnessgeräten, ein umfangreiches Angebot an Gruppenkursen, sowie eine Oase der Entspannung mit Sauna, Sanarium und vielem mehr. Entscheidend für einen hochwertigen Fitnessclub sind die Lage, die Größe, das Angebot und das Studiopersonal. John Harris ist das optimales Beispiel für einen modernen Fitnesstempel. Auf 5000 m² bietet dieser Club Fitness und Wellness auf höchstem Niveau.

Bei meiner Arbeit habe ich die quantitative Forschungsmethode mittels Fragebögen durchgeführt. Dabei habe ich 104 Mitglieder von John Harris Fitness befragt. Nachdem sich meine Arbeit nur auf den Krafttrainingsbereich beschränkte, war der Anteil der männliche Teilnehmer in meiner Studie größer. Professionelle Hilfe, wenn es um das Thema Fitness geht, wird gerade bei den über 40ig Jährigen stärker angenommen, was sicher mit dem drastisch sinkenden Fitnesslevel in dieser Altersgruppe, aber auch mit einem besseren Einkommen zusammenhängt. Interessanterweise haben Berufstätigkeit und Ausbildung keinen Einfluss auf das

Personal Training. Erfahrungsgemäß legen Kunden/innen, die betreut trainieren, verstärkt Wert auf Trainerkompetenz und fachlich und hochwertige Betreuung. Hingegen bei Mitgliedern, die ohne Personal Trainer trainieren, ist die Ausstattung ein entscheidendes Kriterium. Kunden/innen aus der Vergleichsgruppe verbringen mehr Zeit im Fitnessclub. Bei der Frage nach der Zielerreichung und des Trainingserfolges gab es keine Unterschiede. Vielleicht gleichen Kunden/innen, die mit Trainer trainieren, den geringeren Trainingsumfang mit einem intensiveren Training mit dem Personal Trainer aus. Bei der Befriedigung durch Fitnesssport gibt es nur in drei Bereiche einen signifikanten Unterschied (Durch Fitnesstraining habe ich mehr Selbstvertrauen erlangt, gelernt meine Freizeit besser zu nutzen und mich besser zu behaupten). Tendenziell dürfte die Gruppe mit PT geringere Befriedigung durch Fitnesstraining empfinden. Und das ist vielleicht der Grund, warum gerade diese Gruppe einen Personal Trainer wählt. Bei der vorliegenden Untersuchung waren von 15 Motiven nur 2 Motive (fit sein und attraktiv aussehen) signifikant. Die Motive "Stress abbauen" und "Wohlbefinden" steigern waren knapp nicht zugunsten der ohne Personal Trainer Gruppe signifikant. Bei Betrachtung der Mittelwerte jedoch kann man erkennen, dass es gerade bei Kunden/innen, die mit Personal Trainer trainieren, die Motive für Fitnesssport weniger ausgeprägt sind als bei Mitgliedern, die ohne Personal Trainer trainieren. Daraus könnte der Schluss nahe liegen, dass der Personal Trainer Motivator ist und den weniger stark ausgeprägten Trainingswillen substituiert.

Kunden/innen, die mit Personal Trainer trainieren, sind davon überzeugt, dass sie durch das Training mit Personal Trainer abwechslungsreicher, erfolgreicher und motivierter trainieren.

Abschließend ist noch interessant, dass aus beiden Gruppen die Kunden/innen die Leistung als nicht teuer ansehen. Das bedeutet, dass der Pool an Neukunden/innen für den Personal Trainer doch größer ist als viele Trainer und auch die Literatur annehmen. Es gibt viele Menschen, die bei ihren Fitnesszielen Unterstützung brauchen. Sie müssen nur gefunden und angesprochen werden.

14. Literaturverzeichnis

Abele, R. (1994). Sportliche Aktivität und Wohlbefinden. In R. Able, B. Becker (Hrsg.), *Wohlbefinden Theorie-Empirie-Diagnostik*. (S. 297-325). München: Juventa.

Bässler, R. (1997). *Karrierefaktor Fitness*. Wien: Wiener Universitätsverlag.

Beckers, E. (1988). Körperfassaden und Fitness-Ideologie: In N. Schulz & H. Allmer (Hrsg.), *Fitnessstudios Brennpunkte der Sportwissenschaft 2* (S.153-175). Deutsche Sporthochschule Köln.

Braumann, K. (2006). *Die Heilkraft der Bewegung -Mit Bewegungstherapie Krankheiten erfolgreich behandeln.* Kreuzlingen, München: Heinrich Hugendubel Verlag.

Csikszentmihalyi, M. (1991). *Das Flow Erlebnis.* Stuttgart: Klett-Kotta.

Curry, T., & Weiß, O: (1989). *Sport Identity and Motivation for Sport Participation: A Comparison Between American College Athletes and Austrian Student Sport Club Members.* In: Sociology of Sport Journal 6 S. 257–268.

Dietrich, H., Heinemann, K. & Schubert, M. (1990). *Kommerzielle Sportanbieter.* Schorndorf: Hoffann.

Erdmann, R. (1983). *Motive und Einstellung im Sport.* Schorndorf: Hofmann.

Freese, J. & Stergiou, I. (2003). *Personal Training*. Köln: Deutscher Trainerverlag.

Gabler, H. (2002). *Motive im Sport: motivationspsychologische Analysen und empirische Studien.* Schorndorf: Hofmann.

Gabler, H. (1986). Motivationale Aspekte sportlicher Handlungen. In H. Gabler, N.J. Nitsch & R. Singer (Hrsg.), *Einführung in die Sportpsychologie* (S. 84). Schorndorf: Hofmann Verlag.

Gfreiner, H.(1995). *Der Fitnessclub Manhatten und seine Unterscheidungsmerkmale bezüglich seiner Zielgruppe(n) und dem Einsatz der Marketingsinstrumente im Vergleich zu vier strukturähnlichen Fitnessanbietern Wiens*. Wien: Universität Wien, Institut für Sportwissenschaften.

Gottlob, A. (2001). *Differenziertes Krafttraining mit Schwerpunkt Wirbelsäule*. München Urban Fischer.

Heckhausen, H. (1989). *Motivation und Handeln.* Berlin: Springer-Verlag.

Hohmann, A., Lames , M. & Letzelter, M.(2003). *Einführung in die Trainingswissenschaft*. Wimbelsheim:Limpert Verlag.

Höller, J.(1991). *Fitnessstudios erfolgreich vermarkten*. Mannheim: Trend Verlag.

Kieß, E. (2002). *Personal Training: Idee Konzept Marketing.* Düsseldorf: VDM Verlag Dr. Müller.

Kieß, E. (2003). *Erfolgskonzept Personal Training: Selbständigkeit-Marketing-Trainingsplanung.* Düsseldorf: VDM Verlag Dr. Müller.

Kramer, G. (2007). *Personal Training als Trend.* Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.

Krempel, R. (2007). Der Fitnessclub als Gesundheitsberater. Zugriff 16.4.2010 *http://www.sportgesundheitspark.de/download/vortraege/Fitnessclub_als_Gesundheitsdienstleister.pdf.*

Langens, T., Schmalt, H. & Sokolowski, K. (2005). Motivmessung: Grundlagen und Anwendungen. In R. Vollmeyer & C. Brunstein (Hrsg.), *Motivationspsychologie und ihre Anwendung*. (S 72-92). Stuttgart: Kohlhammer.

Mrazek, J. (1984). Die Verkörperung des Selbst. *Psychologie heute 11(2).* 50-58.

Nerdinger, F. (1995). *Motivation und Handeln in Organisationen.* Stuttgart, Berlin, Köln: Kohlhammer.

Opaschowski, H. (1996). *Die Zukunft des Sports.* Hamburg: Freizeit Forschungsinstitut der British-American Tobacco.

Opaschowski, H. (1994). *Einführung in die Freizeitwissenschaft.* Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.

Rampf, J. (1999). *Drop-out und Bindung im Fitness-Sport: günstige und ungünstige Bedingungen für Aktivitäten im Fitnessstudio.* Hamburg: Hofmann.

Ratamess, N. (2008). Self-Selected Resistance Training Intensity in Healthy women: Influence of a Personal Trainer. *Journal of Strength and Conditioning Research*. Volume 22, Issue 1, (S. 103-111).

Rheinberg, F. (2004). *Motivation(5 Auflage).* Stuttgart: Kohlhammer.

Röthig, P. (1992) Sportwissenschaftliches Lexikon. Schorndorf: Hoffmann.

Schnabel, G., Harra, D. & Schwarz, M. (1997). *Trainingswissenschaft-Leistung, Training, Wettkampf*. Berlin: Sportverlag.

Schönholzer, G. (1970). *Fitness als Begriff und Ziel.* Basel: Birkhauser Verlag: Sportverlag.

Scott, A. (2000). Number 6 The influence of direct supervision of resistance training on strength performance. *Medicine & Science in Sport and Exercise*. Volume 2 Issue 6 , (1175-1184).

Schulz., N. & Allmer, H.. (1988). Fitnessstudios: Anspruch und Wirklichkeit.: In N., Schulz & H., Allmer. (Hrsg.), *Fitnessstudios Brennpunkte der Sportwissenschaft 2* (S.126-130). Deutsche Sporthochschule Köln.

Tiemann, M. (1997). *Fitnesstraining als Gesundheitstraining*. Schorndorf: Hoffmann.

Trachsel, R., (2003). Fitness und Körperkult. Entwicklungen des Körperkultes im 20. Jahrhundert. Zugriff am 21.10.2009 *http://www.palma3.ch/fitness/pdf/02.pdf*.

Vollmers, B. (1999). *Streben, leben und bewegen*. Göttingen:Vandenhoeck & Ruprecht.

Wedemayer, B. (1996): *Starke Männer, starke Frauen. Eine Kulturgeschichte des Bodybuildings.* München:Beck.

Weiß, O. (1994). *Sport. Gesundheit, Gesundheitskultur.* Wien/Köln/Weimar: Böhlau.

Weiß, O. (1999). *Einführung in die Sportsoziologie.* Wien: WUV-Universitätsverlag.

Weiß, O. (1994). *Sport, Gesundheit, Gesundheitskultur.* Wien/Köln/Weimar.

Zarotis, G.F. (1999) *Ziel Fitnessclub: Motive im Fitnesssport.* Achen: Meyer Meyer.

Abbildungen

Abbildung 1 Geschlecht 43
Abbildung 2 Alterskategorien 44
Abbildung 3 Alterskategorien 45
Abbildung 5 Tätigkeitsbereich 47
Abbildung 6 Tätigkeitsbereich mit und ohne PT 49
Abbildung 7 Schul- und Ausbildung 50
Abbildung 8 Ausstattung 54
Abbildung 9 Betreuung 55
Abbildung 10 Preis 56
Abbildung 11 Seit wie vielen Jahren bei John Harris? 57
Abbildung 12 Seit wie vielen Jahren bei John Harris mit und ohne PT? 57
Abbildung 13 Wie viel Zeit verbringen sie pro Woche im Fitnessstudio? 59
Abbildung 14 Mit Trainingserfolg zufrieden? 61
Abbildung 15 Ich erreiche meine im Fitnessstudio gesetzten Ziele 62
Abbildung 16 Befriedigung durch Fitnesstraining 64
Abbildung 17 Mehr Selbstvertrauen 65
Abbildung 18 Freizeit besser nutzen 66

Abbildung 19 Besser behaupten....67
Abbildung 20 Persönliche Motive....69
Abbildung 21 Fit sein....71
Abbildung 22 Attraktiv aussehen....72
Abbildung 23 Stress abbauen....73
Abbildung 24 Wohlbefinden steigern....74
Abbildung 25 Motive zum Personal Training....76
Abbildung 26 Anteil des Personal Trainers am Trainingserfolg....78

Tabellen

Tabelle 1 Trainereigenschaften....16
Tabelle 2 Trainerfähigkeiten....17
Tabelle 3 Anregungsbedingungen und Ziele der Motive Anschluss, Leistung und Macht....24
Tabelle 4 T-Test- Alter mit PT und ohne PT....46
Tabelle 5 Chi-Quadrat nach Pearson - Tätigkeitsbereich....48
Tabelle 6 Chi-Quadrat nach Pearson - Schul- und Ausbildung....51
Tabelle 7 U-Test - Kriterien bei der Auswahl eines Fitnessstudios....53
Tabelle 8 U-Test - Seit wie vielen Jahren trainieren Sie bei John Harris?....58
Tabelle 9 U-Test - Wie viel Zeit verbringen Sie pro Woche bei John Harris?....60
Tabelle 10 U-Test - Ich bin mit meinem Trainingserfolg zufrieden....61
Tabelle 11 U-Test - Ich erreiche meine im Fitnessstudio gesetzten Ziele.....62
Tabelle 12 U-Test - Befriedigung durch Fitnesstraining....64
Tabelle 13 U-Test - Motive zum Fitnesssport....69
Tabelle 14 U-Test - Motive zum Personal Training....75
Tabelle 15 U-Test - Wahl des Personal Trainer.....77

Anhang

Geschlecht	Häufigkeit	Prozent
männlich	74	71%
weiblich	30	29%
Gesamt	104	100%
Statistiken		
Alter (in Jahre)		
N	Gültig	104
	Fehlend	0
Mittelwert		43
Standardabweichung		13
Minimum		20
Maximum		77

Alterskategorien	Häufigkeit	Prozent
20-29	21	20%
30-39	20	19%
40-49	36	35%
50-59	12	12%
über 60 Jahre	15	14%
Gesamt	104	100%

Alterskategorien	männlich		weiblich	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
20-29	15	20%	6	20%
30-39	14	19%	6	20%
40-49	27	36%	9	30%
50-59	7	9%	5	17%
über 60 Jahre	11	15%	4	13%
Gesamt	74	100%	30	100%

Altersstruktur Kunden mit PT	
	Alter (in Jahre)
Gültig	53
Mittelwert	48
Altersstruktur Kunden ohne PT	
	Alter (in Jahre)
Gültig	51
Mittelwert	37

Test bei unabhängigen Stichproben Altersstruktur					
	Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test		
Alter (in Jahre)	F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)
Varianzen sind gleich	1,014	0,316	-4,267	102,000	0,000

Alterskategorien mit und ohne Pt				
	mit PT		ohne PT	
	Häufigkeit	Prozent	Häufigkeit	Prozent
20-29	3	6%	18	35%
30-39	6	11%	14	27%
40-49	25	47%	11	22%
50-59	9	17%	3	6%
über 60 Jahre	10	19%	5	10%
Gesamt	53	100%	51	100%

Berufstätigkeit	Häufigkeit	Prozent
Hausmann	1	1%
Facharbeiter	2	2%
Beamter	3	3%
Beamter in leitender Position	7	7%
Schüler bzw. Student	9	9%
Pensionist	9	9%
Angestellter	17	16%
Angestellter in leitender Positi-on	21	20%
Selbstständiger	35	34%
Gesamt	104	100%

Tätigkeitsbereich getrennt	gesamt	ohne PT	mit PT
Hausmann	1%		2%
Facharbeiter	2%	2%	2%
Beamter	3%	2%	4%
Beamter in leitender Position	7%	8%	6%
Schüler bzw. Student	9%	14%	4%
Pensionist	9%	6%	11%
Angestellter	16%	24%	9%
Angestellter in leitender Position	20%	20%	21%
Selbstständiger	34%	25%	42%

Tätigkeitsbereich	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	10,46363411	8	0,234
Likelihood-Quotient	11,15032327	8	0,193
Zusammenhang	0,78242235	1	0,376
Gesamt	104	100	

Schul- bzw. Ausbildung	gesamt	ohne PT	mit PT
Lehre	10%	10%	9%
Schule ohne Matura	7%	6%	8%
Schule mit Matura	31%	37%	25%
Fachhochschule	6%	4%	8%
Universität	47%	43%	51%
Gesamt	100%	100%	100%

Schul -Ausbildung	Wert	df	Asymptotische Signifikanz (2-seitig)
Chi-Quadrat nach Pearson	2,407156573	400%	0,661
Likelihood-Quotient	2,427258771	400%	0,658
Zusammenhang	0,46761535	100%	0,494
Anzahl der gültigen Fälle	104		

Kriterien bei der Auswahl eines Fitnessstudios	N				
	104	gesamt	ohne PT	mit PT	signifikant
Ausstattung	104	1,538	1,412	1,660	0,036
Kompetenz(Trainer)	104	1,542	1,706	1,377	0,061
Freundlichkeit	104	1,644	1,569	1,717	0,571
Atmosphäre	104	1,654	1,549	1,755	0,108
Entfernung	104	1,808	1,804	1,811	0,662
Betreuung	104	1,817	2,059	1,585	0,008
Lage	104	1,846	1,784	1,906	0,732
Erreichbarkeit	104	1,856	1,863	1,849	0,833
Umfeld/Publikum	104	2,183	2,098	2,264	0,363
Preis	104	2,692	2,471	2,906	0,043
Image	104	2,808	2,804	2,811	0,936

Betreuung	Häufigkeit	ohne PT	Häufigkeit	mit PT
außerordentlich	16	31%	27	51%
ziemlich	21	41%	22	42%
mittelmäßig	11	22%	3	6%
kaum	1	2%	1	2%
gar nicht	2	4%	0	0%
Gesamt	51	100%	53	100%

Ausstattung	Häufigkeit	ohne PT	Häufigkeit	mit PT
außerordentlich	31	61%	22	42%
ziemlich	19	37%	27	51%
mittelmäßig	1	2%	4	8%
Gesamt	51	100%	53	100%

Preis	Häufigkeit	ohne PT	Häufigkeit	mit PT
außerordentlich	8	16%	3	6%
ziemlich	17	33%	17	32%
mittelmäßig	22	43%	20	38%
kaum	2	4%	8	15%
gar nicht	2	4%	5	9%
Gesamt	51	100%	53	100%

Seit wie vielen Jahren trainieren Sie bei John Harris?	Gruppenzugehörigkeit	N	Mittlerer Rang	Rangsumme	Mittelwert
	Ohne PT	51	46,265	2359,5	3,77
	mit PT	53	58,5	3100,5	2,96
	Gesamt	104			

Wie vielen Jahren trainieren Sie bei JH?	Häufigkeit	Prozent
bis 1 Jahr	12	12%
1-3 Jahre	35	34%
4-5 Jahre	14	13%
6-7 Jahre	11	11%
8-9 Jahre	9	9%
mehr als 10 Jahre	23	22%
Gesamt	104	100%

Wie vielen Jahren trainieren Sie bei JH?	gesamt	ohne PT	mit PT
bis 1 Jahr	12%	10%	13%
1-3 Jahre	34%	45%	23%
4-5 Jahre	13%	16%	11%
6-7 Jahre	11%	10%	11%
8-9 Jahre	9%	8%	9%
mehr als 10 Jahre	22%	12%	32%
Gesamt	100%	100%	100%

Seit wie vielen Jahren trainieren Sie bei John Harris?	
Mann-Whitney-U	1033,5
Wilcoxon-W	2359,5
Z	-2,127
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	0,033

Zeit verbringen Sie pro Woche bei John Harris?	ohne PT	mit PT
weniger als 2 Stunden	0%	9%
2-5 Stunden	37%	51%
6-10 Stunden	51%	32%
mehr als 10 Stunden	12%	8%
Gesamt	100%	100%

Wie viel Zeit verbringen Sie pro Woche bei John Harris?	
Mann-Whitney-U	992,5
Wilcoxon-W	2423,5
Z	-2,544
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	0,011

Trainingserfolg	gesamt	ohne PT	mit PT
außerordentlich	29%	25%	32%
ziemlich	58%	55%	60%
mittelmäßig	13%	20%	8%
Gesamt	100%	100%	100%

Ich bin mit meinem Trainingserfolg zufrieden	
Mann-Whitney-U	1158,5
Wilcoxon-W	2589,5
Z	-1,42
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	0,156

Erreiche Fitnessziele	Häufigkeit	ohne PT	Häufigkeit	mit PT
außerordentlich	9	18%	10	19%
ziemlich	31	61%	36	68%
mittelmäßig	11	22%	7	13%
Gesamt	51	100%	53	100%

Ich erreiche meine im Fitnessstudio gesetzten Ziele	
Mann-Whitney-U	1245,5
Wilcoxon-W	2676,5
Z	-0,812
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	0,417

Befriedigung durch Fitnesstraining /Man Whitney-U	gesamt	ohne PT	mit PT	signifikant
gelernt mich körperlich fit zu halten	1,760	1,784	1,736	0,940
körperlichen Belastungen gewachsen	2,106	1,961	2,245	0,136
weniger auf Gesundheit achten	2,519	2,627	2,415	0,275
mehr Selbstvertrauen	2,606	2,373	2,830	0,027
Freizeit besser nützen	2,837	2,569	3,094	0,015
Ziele setzen und erreichen	3,077	2,941	3,208	0,274
besser zu behaupten	3,231	3,000	3,453	0,032
kostet viel Zeit	3,837	3,863	3,811	0,831
hält mich von wichtigeren Dingen ab	4,096	4,216	3,981	0,137
schadet meiner Gesundheit	4,356	4,431	4,283	0,219

mehr Selbstvertrauen	Häufigkeit	ohne PT	Häufigkeit	mit PT
stimme stark zu	8	16%	4	8%
stimme zu	22	43%	19	36%
neutral	16	31%	15	28%
lehne ab	4	8%	12	23%
lehne stark ab	1	2%	3	6%
Gesamt	51	100%	53	100%

Freizeit besser nützen	Häufigkeit	ohne PT	Häufigkeit	mit PT
stimme stark zu	7	14%	1	2%
stimme zu	20	39%	17	32%
neutral	14	27%	17	32%
lehne ab	8	16%	12	23%
lehne stark ab	2	4%	6	11%
Gesamt	51	100%	53	100%

besser behaupten	Häufigkeit	ohne PT	Häufigkeit	mit
stimme stark zu	6	12%	3	6%
stimme zu	5	10%	5	9%
neutral	26	51%	20	38%
lehne ab	11	22%	15	28%
lehne stark ab	3	6%	10	19%
Gesamt	51	100%	53	100%

Persönliche Motive Man Whitney-U	N	gesamt	ohne PT	mit PT	signifikant
fit zu sein	104	1,433	1,333	1,528	0,037
Wohlbefinden zu steigern	104	1,529	1,431	1,623	0,059
gesund zu bleiben	104	1,731	1,647	1,811	0,186
Leistungsfähigkeit	104	1,750	1,725	1,774	0,627
Muskeln aufzubauen	104	1,769	1,725	1,811	0,404
unabhängig Sport betreiben	103	1,942	1,800	2,075	0,303
attraktiv auszusehen	104	2,096	1,882	2,302	0,005
Stress abzubauen	104	2,308	2,118	2,491	0,052
Ausgleich	104	2,337	2,353	2,321	0,970
gehe um entspannen	104	2,452	2,294	2,604	0,168
Beschwerden zu mildern	104	2,606	2,627	2,585	0,870
in Gesellschaft bin	103	3,369	3,260	3,472	0,309
neue Leute kennen zu lernen	104	3,606	3,549	3,660	0,565
Freunde tun es auch	104	3,654	3,588	3,717	0,681
Geschäftsbeziehungen	104	4,144	4,235	4,057	0,308

fit sein	Häufigkeit	ohne PT	Häufigkeit	mit PT
stimme stark zu	35	69%	25	47%
stimme zu	15	29%	28	53%
neutral	1	2%	0	0%
Gesamt	51	100%	53	100%

Attraktiv aussehen	Häufigkeit	ohne PT	Häufigkeit	mit PT
stimme stark zu	21	41%	9	17%
stimme zu	21	41%	23	43%
neutral	4	8%	17	32%
lehne ab	4	8%	4	8%
lehne stark ab	1	2%	0	0%
Gesamt	51	100%	53%	100%

Stress abbauen	Häufigkeit	ohne PT	Häufigkeit	mit PT
stimme stark zu	14	27%	8	15%
stimme zu	23	45%	22	42%
neutral	9	18%	14	26%
lehne ab	4	8%	7	13%
lehne stark ab	1	2%	2	4%
Gesamt	51	100%	53	100%

Wohlbefinden steigern	Häufigkeit	ohne PT	Häufigkeit	mit PT
stimme stark zu	30	59%	21	40%
stimme zu	20	39%	31	58%
neutral	1	2%	1	2%
Gesamt	51	100%	53	100%

Motive zum PT	N	gesamt	ohne PT	mit PT	signifikant
Übungen korrekt ausführen	102	1,461	1,633	1,302	0,041
schneller Ziele erreichen	102	1,755	2,000	1,528	0,008
abwechslungsreicher	102	1,814	2,265	1,396	0,000
erhöht die Motivation	102	1,873	2,224	1,547	0,000
teuer	102	2,549	2,429	2,660	0,231

Wahl des Personal Trainer	N	gesamt	ohne PT	mit PT	signifikant
Fachliche Kompetenz	103	1,272	1,240	1,302	0,385
Sympathie	103	1,602	1,560	1,642	0,848
Trainingserfahrung	103	1,621	1,660	1,585	0,487
Äußeres Erscheinungsbild	103	2,388	2,360	2,415	0,745
Empfehlung	103	2,515	2,540	2,491	0,986
Geschlecht	103	3,029	3,540	2,547	0,000
Beliebtheit	103	3,350	3,540	3,170	0,047
Alter	103	3,437	3,660	3,226	0,027

Anteil des Trainers am Erfolg	Häufigkeit	mit PT
außerordentlich	19	36%
ziemlich	28	53%
mittelmäßig	4	8%
kaum	1	2%
Gesamt	52	100%

FRAGEBOGEN ZUR SPORTLICHEN IDENTITÄT
für Kunden, die mit einem Personal Trainer in einem Fitnessstudio trainieren.

Bitte beantworte Sie alle Fragen. Alle Angaben werden absolut vertraulich behandelt.

Persönliche Daten
1) Geschlecht: □ männlich □ weiblich

Alter: _____ Jahre

Tätigkeitsbereich:
□ Schüler/in, Student/in
□ Selbstständiger/e /freie Berufe (z.B. Arzt/Ärztin, Anwalt, Notar)
□ Angestellter/e in leitender Position
□ Angestellter/e
□ Beamte/in in leitender Position
□ Beamte/in
□ Landwirt/in
□ Facharbeiter/in
□ nicht erwerbstätig
□ Hausmann/Hausfrau
□ Pensionist/in

Schul- bzw. Ausbildung:

	höchste abgeschlossene	besuche ich derzeit
Pflichtschule	□	□
Lehre	□	□
Schule ohne Matura	□	□
Schule mit Matura	□	□
Fachhochschule	□	□
Universität	□	□

Woher kommen Sie mehrheitlich in das Fitnessstudio.
□ von zu Hause □ vom Arbeitsplatz/Schule/Universität □ sonstiges

Wie wichtig sind Ihnen folgende Kriterien bei der Auswahl eines Fitnessstudios?

	außerordentlich	ziemlich	mittelmäßig	kaum	gar nicht
Lage	□	□	□	□	□
Ausstattung	□	□	□	□	□
Entfernung	□	□	□	□	□
Erreichbarkeit	□	□	□	□	□
Image	□	□	□	□	□
Betreuung	□	□	□	□	□
Atmosphäre	□	□	□	□	□
Kompetenz (Trainer)	□	□	□	□	□
Freundlichkeit	□	□	□	□	□
Umfeld	□	□	□	□	□
Preis	□	□	□	□	□

Seit wie vielen Jahren trainieren Sie bei John Harris?

□ □ □ □ □ □
1 > 1-3 4-5 6-7 8-9 > 10

Wie viel Zeit verbringen Sie pro Woche im John Harris?

□ weniger als 2 Stunden
□ 2-5 Stunden
□ 6-10 Stunden
□ mehr als 10 Stunden

Befriedigung durch Fitnesstraining
Bitte kreuzen Sie an, inwieweit Sie zu den folgenden Aussagen zustimmen bzw. sie ablehnen.

		stimme stark zu	stimme zu	Neutral/ weiß nicht	lehne ab	lehne stark ab
1.	Durch mein Fitnesstraining habe ich gelernt, mich körperlich fit zu halten.	□	□	□	□	□
2.	Ich glaube, dass ich weniger auf meine Gesundheit achten würde, wenn ich nicht ins Fitnessstudio gehen würde.	□	□	□	□	□
3.	Durch Fitnesstraining habe ich mehr Selbstvertrauen erlangt.	□	□	□	□	□
4.	Ich glaube, dass Fitnesstraining zu viel Zeit kostet.	□	□	□	□	□
5.	Ich glaube, dass ich durch Fitnesstraining gelernt habe, mir in meinem persönlichen Leben Ziele zu setzen und sie zu erreichen.	□	□	□	□	□
6.	Ich glaube, dass mich Fitnesstraining von wichtigeren Dingen abhält.	□	□	□	□	□
7.	Ich glaube, dass mein Fitnesstraining dazu beigetragen hat, dass ich meine Freizeit besser nütze.	□	□	□	□	□
8.	Seit ich Fitnesstraining betreibe, bin ich den körperlichen Belastungen des Alltags besser gewachsen.	□	□	□	□	□
9.	Durch Fitnesstraining habe ich gelernt, mich besser zu behaupten.	□	□	□	□	□
10.	Durch Verletzungen schadet mein Fitnesstraining meiner Gesundheit mehr als es mir nützt.	□	□	□	□	□

Persönliche Motive
Bitte kreuze an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen bzw. sie ablehnen.

		stimme stark zu	stimme zu	neutral / weiß nicht	lehne ab	lehne stark ab
1.	Ich gehe ins Fitnessstudio, um mich zu entspannen.	□	□	□	□	□
2.	Ich gehe ins Fitnessstudio, um körperlich fit zu sein.	□	□	□	□	□
3.	Ich gehe ins Fitnessstudio, um Muskeln aufzubauen	□	□	□	□	□
4.	Ich gehe ins Fitnessstudio, um körperliche Beschwerden (wie Rücken-,Knie-, Schulterschmerzen,…) zu mildern.	□	□	□	□	□
5.	Ich gehe ins Fitnessstudio, um gesund zu bleiben.	□	□	□	□	□
6.	Ich gehe ins Fitnessstudio, um attraktiv auszusehen.	□	□	□	□	□
7.	Ich gehe ins Fitnessstudio, weil meine Freunde/innen auch diesen Sport betreiben.	□	□	□	□	□
8.	Ich gehe ins Fitnessstudio, um meine Leistungsfähigkeit bis ins hohe Alter aufrecht zu erhalten	□	□	□	□	□
9.	Ich gehe ins Fitnessstudio, um Geschäftsbeziehungen zu knüpfen bzw. zu halten	□	□	□	□	□
10.	Ich gehe ins Fitnessstudio, um Stress abzubauen.	□	□	□	□	□
11	Ich gehe ins Fitnessstudio, weil ich dabei neue Leute kennen lerne.	□	□	□	□	□
12.	Ich gehe ins Fitnessstudio, da ich einen Ausgleich zu meiner sitzenden Tätigkeit benötige.	□	□	□	□	□
13	Ich gehe ins Fitnessstudio, um mein Wohlbefinden zu steigern.	□	□	□	□	□
14.	Ich gehe ins Fitnessstudio, weil ich mich dort unabhängig von anderen Personen sportlich betätigen kann.	□	□	□	□	□
15.	Ich gehe ins Fitnessstudio, weil ich gerne in Gesellschaft bin.	□	□	□	□	□

Motive zum Personal Training

		stimme stark zu	stimme zu	neutral / weiß nicht	lehne ab	lehne stark ab
1.	Trainieren mit Personal Trainer erhöht die Motivation beim Training.	□	□	□	□	□
2.	Beim Training mit Personal Trainer führt man die Übungen korrekter aus.	□	□	□	□	□
3.	Beim Training mit Personal Trainer erreicht man seine Ziele schneller.	□	□	□	□	□
4.	Das Trainieren mit Personal Trainer ist abwechslungsreicher.	□	□	□	□	□
5	Trainieren mit Personal Trainer ist teuer?	□	□	□	□	□

Beziehung zum Personal Trainer

		stimme stark zu	stimme zu	neutral / weiß nicht	lehne ab	lehne stark ab
1.	Ohne regelmäßige Termine mit meinem Personal Trainer würde ich nicht ins Fitnessstudio gehen	□	□	□	□	□
2.	Ich habe zu meinem Personal Trainer ein freundschaftliches Verhältnis	□	□	□	□	□
3.	Mit meinem Personal Trainer habe ich eine rein geschäftliche Beziehung.	□	□	□	□	□

Bei der Wahl meines Personal Trainers achte ich besonders auf sein:

		stimme stark zu	stimme zu	neutral / weiß nicht	lehne ab	lehne stark ab
1.	Fachliche Kompetenz	□	□	□	□	□
2.	Sympathie	□	□	□	□	□
3.	Äußeres Erscheinungsbild	□	□	□	□	□
4.	Trainingserfahrung	□	□	□	□	□

5.	Alter	□	□	□	□	□
6.	Beliebtheit	□	□	□	□	□
7.	Geschlecht	□	□	□	□	□
8.	Empfehlung	□	□	□	□	□

Ich bin mit meinem Trainingserfolg zufrieden.

außerordentlich ziemlich mittelmäßig kaum gar nicht

□ □ □ □ □

Wie groß ist der Anteil des Personal Trainer an meinem Trainingserfolg (von Kunden, die mit Personal Trainer trainieren zu beantworten)

außerordentlich ziemlich mittelmäßig kaum gar nicht

□ □ □ □ □

Lebenslauf

Name: Martin Kronsteiner

Geburtsdatum: geb. 18.Oktober 1981

Geburtsort: Wien

Eltern: Erich Kronsteiner und Margit Noe

Staatangehörigkeit: Österreich

Ausbildung:

September 1988-Juni 1992 Volksschule

September 1992 Juni 2000 Gymnasium

8. Juni 2000 Absolvierung der Reifeprüfung

März 2003-Jänner 2007 Bakkalaureatstudium Sportmanagement

März 2007-Oktober 2010 Magisterstudium Sportwissenschaften