Mitteilungen

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Mobile : die Fachzeitschrift für Sport**

Band (Jahr): **9 (2007)**

Heft 6

PDF erstellt am: **31.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

30 Minuten sind genug!

«Curves» // 11 000 Zentren in 58 Ländern und über vier Millionen Kundinnen. Das sind die beeindruckenden Zahlen des weltweit grössten Fitnessunternehmens. In der Schweiz wurde die erste Filiale der US-Fitnesskette im September in Genf eröffnet. Sion und Zürich werden auch bald vom «Fitness-McDonalds» profitieren können.

▶ Das Erfolgskonzept ist einfach: Ob Fitnessgeräte oder Übungen, alles ist auf das Wohl der Frauen ausgerichtet. Eine weitere Besonderheit von «Curves» ist, dass Kundinnen ihr Training nicht nach einem bestimmten Plan richten müssen. Die Frauen bestimmen selber, wann und wie viel sie trainieren wollen. Empfohlen werden Trainingseinheiten von jeweils 30 Minuten. «Laut medizinischen Studien ist dies die ideale Dauer», erklärt Jean-Pierre Balestra, Eigentümer der Genfer Filiale. Besucht man dreimal pro Woche das Fitnessstudio für 30 Minuten, reiche diese Zeit aus, um jede Muskelgruppe zu trainieren.

Wellnessangebote sucht man im «Curves» vergebens: «Die Vielfältigkeit des Angebotes ist oft ein Austrittsgrund», bemerkt Jean-Pierre Balestra. Die Zahlen geben ihm recht. Seit der Einführung der Marke vor 15 Jahren liegt die weltweite Austrittsquote bei bloss fünf Prozent.

Ursprünglich gedacht für aktive Frauen, die wenig Zeit fürs Krafttraining aufwenden können, zieht «Curves» heute eine breite Kundschaft an. «Das jüngste Mitglied der Welt ist 13 Jahre alt, und die älteste Frau trainiert auch im Alter von 105 Jahren noch bei uns», so Jean-Pierre Balestra. Motivation für ein Abo bei «Curves» sei meist Gewichtsverlust, erklärt Balestra, wohlwissend, dass dies bei den Frauen eine Art Zusammengehörigkeitsgefühl und damit eine höhere Motivation hervorruft. Es scheint zu wirken: Einen Monat nach Eröffnung der Genfer Filiale zählte das Zentrum bereits 140 Mitglieder. //

› *www.curves.com*

Nachgefragt

Vor indiskreten Blicken geschützt

▶ Chantal Biedermann leitet das Physical Ladies' Fitness in Biel. Das Fitnesscenter wurde 1989 gegründet und steht ausschliesslich Frauen offen. Hier gehen nur drei Männer ein und aus: Die beiden Inhaber sowie ein Trainer.

«mobile»: Weshalb ein Fitnesscenter nur für Frauen? Chantal Biedermann: Wir haben im Moment 300 Kundinnen. Viele von ihnen haben aufgehört, in einem gemischten Fitnesscenter zu trainieren, weil sie die Blicke der Männer nicht schätzen oder sich davor fürchten. Bei uns haben sie weniger Hemmungen, ihren Körper zu zeigen. Sie fühlen sich wie zu Hause.

Welche Art von Kundschaft besucht Ihr Fitnesscenter? Das Alter unserer Mitglieder liegt zwischen 15 und 65 Jahren. Ihre Ziele sind meist dieselben der Kundinnen gemischter Fitnesscenter: Gewicht verlieren, ein besseres Körpergefühl. Manche geben auch zu, dass sie sich in unseren Club einschreiben, um nicht alleine zu sein.

Inwiefern sind Sie mit dem Problem des Trainingsabbruchs konfrontiert? Seit Jahresbeginn liegt die Abbruchquote für Halbjahresabonnemente bei 50 Prozent, diejenige für Jahresabonnemente bei 44 Prozent. Einer der Gründe dafür dürfte die hohe Zahl der Fitnesscenter in Biel sein. Viele Frauen wechseln von einem Fitnesscenter ins andere. Manche kommen zu uns zurück, weil sie den menschlichen Aspekt unseres Clubs schätzen. Unsere treusten Mitglieder sind zweifellos die Hausfrauen. Sie sind engagierter, motivierter als die ganz Jungen.

Wie wirken Sie den Absprungtendenzen entgegen? Auf verschiedene Arten. Unser Kursangebot ist zwar attraktiv, was uns aber fehlt, ist eine Wellnessecke. Da müssten wir uns weiterentwickeln. Während des Sommers, wenn das Fitnesstraining drinnen weniger attraktiv ist, könnten wir allenfalls Aktivitäten wie Nordic Walking anbieten. Nicht zuletzt müssen wir uns immer der sozialen Dimension unserer Rolle bewusst sein und auf alle unsere Mitglieder individuell eingehen. //

› *Kontakt: info@lady-fitness.ch*
www.lady-fitness.ch