

Zeitschrift: Mobile : die Fachzeitschrift für Sport
Herausgeber: Bundesamt für Sport ; Schweizerischer Verband für Sport in der Schule
Band: 9 (2007)
Heft: 6

Rubrik: Mitteilungen

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 04.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://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 treuesten 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 Wellnesscke. 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