



Im Januar gibt es die meisten Anmeldungen in Fitnessstudios. Etwas mehr als die Hälfte der neuen Trainierenden ist am Jahresende noch dabei. FOTO: ANDREAS BRETZ

Wider den inneren Schweinehund

Zu Neujahr ist die Motivation, Sport zu treiben, besonders groß. Doch so rasant, wie sie anwächst, lässt sie auch wieder nach. Mit neuen Konzepten wollen Fitnessstudios ihre Kunden ganzjährig antreiben.

VON MARLEN KESS

Es ist der Neujahrsvorsatz Nummer Eins in Deutschland: Mehr Sport, endlich den inneren Schweinehund besiegen. Während sich manche vornehmen, jetzt aber wirklich endlich mit dem Laufen anzufangen, melden sich andere direkt im Januar hoch motiviert im Fitnessstudio an. Doch nur einige Monate später ist diese Motivation bei vielen schon wieder dahin. Erst kürzlich ergab eine repräsentative Umfrage des Branchenriesen Fitness First, dass 42 Prozent der Teilnehmer dieses Phänomen von sich selbst kennen. Und weil Erfolge meist nur auf lange Sicht erzielt werden können, wird in den Münchengladbacher Studios versucht, die Motivation der Mitglieder das ganze Jahr über hochzuhalten.

Bei der Studiokette Just Fit, die an der Dahleener Straße 570 eine Dependence unterhält, haben sie sich dafür extra ein Konzept ausgedacht. „Wir sind die einzige deutsche Kette, bei der die Mitglieder etwas bekommen, wenn sie im ersten Jahr dabei bleiben“, sagt Geschäftsführer Frank Böhme. Dafür müssen die Sporttreibenden 52-mal im ersten halben Jahr ein Just-Fit-Studio aufsuchen, also zweimal pro Woche. Nach 15 Trainingseinheiten gibt es dann ein Badehandtuch, nach 30 Badelatschen, nach 45 eine Powerbank, um das Smartphone auch un-

terwegs aufladen zu können, und nach 52 Besuchen gibt's den 7. Monat geschenkt. „Damit wollen wir unseren Kunden über den ersten Euphorieberg helfen“, sagt Böhme.

In seinen Studios ist der Januar der anmeldungsstärkste Monat. Etwa 30 bis 35 Prozent mehr Anmeldungen verzeichnet auch Just Fit in Rheydt; in dieser Zeit. Dabei bleiben um die 60 Prozent. Ähnlich sieht das bei der Kette FitX aus, die in der Stadt gleich zwei Studios betreibt. Die Fluktuation ist auch hier hoch, wie Pressesprecherin Lesley Steinboß sagt. Etwas mehr als die Hälfte der Mitglieder trainiere allerdings das ganze Jahr über regelmäßig bei FitX – „Tendenz stark steigend“. Un-

terschiede zwischen Männern und Frauen sowie Kinderlosen und Eltern, wie sie die Fitness-First-Studie bei der Motivation ausgemacht hat, sehen weder Steinboß noch Böhme in ihren Studios.

Die Konzepte der beiden Ketten sind allerdings unterschiedlich: FitX setzt deutschlandweit in allen Studios auf das gleiche Konzept: Öffnungszeiten von 24 Stunden, verschiedene Kurse und einheitliche Preise. Bei Just Fit gibt es Modelle mit unterschiedlichen Laufzeiten und Preisen. Neu in 2018 werden Angebote für Kinder und Jugendliche sein. Diese können dann ab zwölf Jahren für den halben Preis trainieren. „Damit tun wir etwas gegen die Bewegungsarmut vieler Kinder und Jugendlicher in Deutschland“, sagt Geschäftsführer Böhme. Zudem plane man für das erste Quartal 2018 auch in Münchengladbach eine spezielle Mitgliederaktion. Wer dann andere Kunden wirbt, kann seinen Beitrag senken – bis auf null Euro. Das soll auch das Gemeinschaftsgefühl der Mitglieder stärken. „Besonders in Gladbach sprießen die Billigstudios nur so aus dem Boden“, sagt Böhme, „wir setzen dagegen auf Vernetzung und Gemeinschaft in unseren Studios.“ Dadurch habe man in den vergangenen Jahren den Anteil derer, die auch nach dem Frühjahr bei ihren guten Vorsätzen bleiben, deutlich erhöhen können.

INFO

Auch Strandurlaub und Partnersuche spornen an

Diese Motivationsgründe gaben die Teilnehmer der „Fitness-First-Studie“ (15. November 2017) an:

- Gesundheit (86 Prozent)
- Körpergefühl (80 Prozent)
- Jobausgleich (60 Prozent)
- Aussehen (56 Prozent)
- Spaß am Sport (55 Prozent)
- Strandurlaub (50 Prozent)
- Freude an Komplimenten (34 Prozent)
- Privater Rückschlag (27 Prozent)
- Partnersuche (10 Prozent)