Angebot und Nutzerstrukturen bei kommerziellen Fitness-studios – eine soziologisch-empirische Untersuchung in Fitnessstudios und Sportvereinen in der Stadt Viersen.

Inaugural – Dissertation

zur Erlangung des Doktorgrades
der Philosophischen Fakultät
der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

vorgelegt von

Studienrat
Wolfram Dreßler

Wiesbaden im Oktober 2002

Themensteller: Univ.- Prof. Dr. med. Friedhelm Beuker
Korreferent: Univ.- Prof. Dr. Sarkhadun Yaldai
Tag der mündlichen Prüfung: 5.6.2003

„Gesundheit ist nicht alles, doch alles ist nichts ohne Gesundheit”

Schopenhauer

-D61-

http://diss.ub.uni-duesseldorf.de/ebib/diss/show?dissid=542

Ich danke Herrn Prof. Dr. Friedhelm Beuker für die Themenstellung und Betreuung und Unterstützung der Arbeit. Herrn Prof. Sarkhadun Yaldai danke ich für die Übernahme des Korreferats.
Meiner Freundin Alexandra danke ich für ihre immense Unterstützung und ihre große Geduld, die sie während der letzten Jahre für mich aufgebracht hat. Ebenso danke ich meinem Vater, der mir zu Beginn der Arbeit hilfreich zur Seite gestanden hat.

Wolfram Dreßler

Inhaltsverzeichnis

0. Zusammenfassung..... 1-3

1. Einleitung und Aufgabenstellung..... 4-7

2. Literaturanalyse..... 8

2.1 Der organisierte Breitensport..... 8

2.1.1 Sportvereine..... 8

2.1.2 Entstehungsgeschichte der Turn- und Sportvereine..... 8-9

2.1.3 Situation der Sportvereine heute..... 9-19

2.1.4 Gesundheitsförderung im Sportverein..... 19-20

2.1.5 Perspektiven und Risiken für Sportvereine..... 21-26

2.2 Das Fitnessstudio..... 27

2.2.1 Definition Sport..... 28

2.2.2 Definition des Begriffs Fitness..... 29-34

2.2.3 Die Entwicklung der Fitnessbewegung..... 35-38

2.2.4 Fitnessstudios heute..... 38-45

2.2.5 Die Zukunft von Verein und Fitnessstudio..... 45-48

2.3 Die soziale Rolle des Sports..... 49-50

2.3.1 Soziale Schichtung..... 50-51

2.3.2 Die Geschlechterrolle..... 52-53

2.3.3 Familie und Sport..... 53

2.3.4 Sport und Ökonomie..... 53-55

2.3.5 Das „Gut“ Gesundheit..... 55-56

3. Befragung..... 57

3.1 Methodik..... 57

3.1.1 Allgemeine Daten und Struktur..... 57

3.1.2 Planung und Auswahl der Fitnessstudios..... 58

3.1.3 Der Fragebogen..... 58-59

3.1.4 Zirkulation der Fragebögen und Rücklauf..... 59

3.1.5 Statistische Methodik..... 60

3.2 Ergebnisse [Fitnessstudios]..... 61

3.2.1	Untersuchungspopulation	61
3.2.2	Die Sozialstruktur der Besucher	61-67
3.2.3	Wirtschaftliche Faktoren	67-71
3.2.4	Zeitliche Aspekte	72-74
3.2.5	Angebote	74-78
3.2.6	Trainingsziele – Trainingsmotivation	78-79
3.3	**Ergebnisse [Sportvereine LSB]**	**80**
3.3.1	Mitgliederzahlen der Jahre 1990 – 1998	80
3.3.2	Potentielle Sportnachfrage	81
3.3.3	Geschlecht	82
3.3.4	Alter	82-83
3.3.5	Sportarten	83-85
3.4	**Demografische und soziokulturelle Daten der Stadt Viersen**	**86**
3.4.1	Die Stadt Viersen	86
3.4.2	Demografische Daten der Stadt Viersen	87-91
4.	**Diskussion der Ergebnisse**	**92**
4.1	**Soziodemografische Daten**	**92-107**
4.2	**Wirtschaftliche Faktoren**	**108**
4.2.1	Strukturmerkmale von Fitnessstudios	108-112
4.3	**Angebote in Studio und Verein**	**112-117**
4.4	**Trainingsziele – Trainingsmotivation**	**117-119**
4.5	**Repräsentativität der Befragung**	**119-120**
5.	**Schlussbetrachtungen und Ausblick**	**121-129**
6.	**Literaturverzeichnis**	**130-141**
	Abkürzungsverzeichnis	**142**
	Abbildungsverzeichnis	**143-145**
	Tabellenverzeichnis	**146-147**
	Anhang	**148**
	Mitgliederinformation	148
	Fragebogen	149-152

0. Zusammenfassung

Die zunehmende Anzahl der Fitnessstudios in Deutschland (vgl. KAMBEROVIC, SCHWARZE 1992) und der seit Mitte der 80er Jahre damit einhergehende feststellbare Mitgliederzuwachs wird immer wieder auf einen Wandel in den Sportmotiven zurückgeführt. Dieser Motivwandel geht mit einem gesellschaftlichen Wandel im Bereich Sport einher. Im Gegensatz zu den Fitnessstudios hat der traditionelle Sportverein, besonders in den klassischen Sportarten wie Fußball, Leichtathletik, Turnen und Schwimmen, oftmals mit rückläufigen Mitgliederzahlen zu kämpfen (vgl. DEUTSCHER SPORTBUND 1998).
Die Zahl der Fitnessstudios hat sich während der letzten zwanzig Jahre mehr als versechsfacht. Fitnessstudios bilden mit ihren vielseitigen Möglichkeiten neben den Vereinen eine zweite, eigenständige Angebotsform von Sport. Gewerbliche Sportanbieter nehmen dabei ausdrücklich Bezug auf die gestiegenen Ansprüche der Kunden und deren Interessen an individualisierten Formen des Sporttreibens und der Freizeitgestaltung. Diese wollen oder können die Sportvereine nicht immer befriedigen.

Die vorliegende Arbeit analysiert das Angebot und die Nutzerstrukturen in drei ausgewählten kommerziellen Fitnessstudios der nordrhein-westfälischen Stadt Viersen. 1492 Studiomitglieder in der Stadt Viersen wurden nach ihrem Alter, Geschlecht, ihrem Schulabschluss, ihrem Beruf, der privaten Lebenslage und Gründen für ein Training im Studio befragt. Um den Vergleich zwischen Fitnessstudios und Sportvereinen bezüglich Mitglieder, Sportarten und Angebot ziehen zu können, wurden zudem statistische Daten des LSB sowie sozio-demografische Daten der Stadt Viersen ausgewählt.

0. Zusammenfassung

Das Ziel dieser Arbeit besteht darin, Unterschiede und eventuelle Gemeinsamkeiten zwischen den Strukturen und Motiven der Mitglieder des LSB und der Studios aufzudecken.
Die Befragungen führen zu folgenden Ergebnissen:

- Die Anzahl der Fitnessstudios und deren Mitglieder nimmt, wenn auch langsamer als in der Mitte der 90er Jahre, weiterhin zu.
- Für 90 Prozent der befragten Studiomitglieder sind die Motive Gesundheit, Fitness und Spaß die wichtigsten Beweggründe für ein Training im Studio.
- Sportliche Leistungen sind gegenüber den oben genannten Gesundheitsmotiven zweitrangig geworden.

Bei insgesamt geringen positiven Mitgliederzuwächsen in den Sportvereinen ist ein prozentualer Rückgang der Mitgliederzahlen in den Sportarten Leichtathletik, Schwimmen, Fußball und Turnen zu konstatieren. Dieser absolute Rückgang ist insbesondere in den Altersgruppen der 7-26jährigen festzustellen.

Auch in Zukunft wird es mehrere Seiten des Sports geben: den leistungsorientierten, den gesundheitsorientierten und den freizeitorientierten. Alle drei ergänzen bzw. durchdringen sich. Die meisten Sporttreibenden entscheiden sich für die Anmeldung in einem Fitnessstudio oder einem Verein, da sie in ihrer momentanen Lebenssituation mindestens einen der drei Gründe Gesundheit, Fitness und/oder Spaß als wichtig für sich erachten. Dabei wird das Motiv „Gesundheitsorientierung“ vorrangig als Begründung für die Entscheidung angegeben Sport zu treiben.
Damit Sporttreibende – und besonders diejenigen, die neu in die sportliche Betätigung einsteigen wollen sind hier bedeutend – weiterhin die Wahl haben und neben dem Sport auch die verschiedenen

damit einhergehenden Formen des gesellschaftlichen Lebens erfahren und mitgestalten können, ist es die Aufgabe der Sportvereine, ihr Sportangebot den Bedürfnissen der Sportreibenden anzupassen. Gleichzeitig ist es Aufgabe der Studios nicht nur den Aspekt des Profits zu berücksichtigen, sondern für Studiomitglieder auch die Angebote im sozialen Bereich zu schaffen bzw. auszubauen.

1. Einleitung und Aufgabenstellung

Moderne Fitnessstudios sind aus der heutigen Sportlandschaft nicht mehr wegzudenken. Die Fitnessbranche kann auf eine inzwischen rund 25-jährige Geschichte zurückblicken, in der sich die Zahl der Fitnessstudios kontinuierlich erhöht hat. So hat der Boom bis in die 90er Jahre angehalten und die Zahl der Studios stetig zugenommen (vgl. DEUTSCHER SPORTSTUDIO VERBAND 2000). Aber nicht nur die Anzahl der Studios hat stetig zugenommen, sondern auch die Konzepte der jeweiligen Studios haben sich stark verändert. Das zumeist moderne Interieur passt sich kontinuierlich den Bedürfnissen der Kunden an und vor allem das sportliche Angebot wird dem neuesten gesundheitlichen und sportwissenschaftlichen Wissensstand angeglichen. Zudem werden die aktuellen Trends der Fitnessszene umgesetzt, um den Ansprüchen der Sporttreibenden zu genügen. Denn innerhalb der letzten Jahre hat sich das gesellschaftliche Leben, und vor allem das Freizeitverhalten der Menschen, stark verändert. Diese Veränderung beruht auf mehreren Faktoren, zu denen u.a. die gesunkene Arbeitszeit und die gestiegene freie Zeit – die sog. Freizeit gehören. Immer mehr Menschen wollen ihre freie Zeit gestalten, sind demnach auf der Suche nach attraktiven Freizeitangeboten. Sport ist eine sehr bedeutsame Freizeitaktivität, die neben dem Spaß zudem die körperliche Fitness fördert und bei richtiger Ausübung vor allem auch gesundheitsfördernde Aspekte beinhaltet.

Aber auch wenn die absolute Arbeitszeit abgenommen hat, so ist die Art der Arbeit häufig immer noch sehr belastend für den menschlichen Organismus. Der Alltag wird vorwiegend im Sitzen verbracht, oftmals verbunden mit einer verkrampften Oberkörperhaltung, die u.a. durch die Arbeit mit dem Computer entsteht. So sind viele Sporttreibende (und solche, die es werden wollen) auf der Suche nach

einem Sport, der ihrer Gesundheit dient, also präventiven bzw. gesundheitsfördernden Charakter hat. Zudem sind heutige Arbeitswelten zunehmend von Hektik und Stress geprägt. Deshalb soll der ausgewählte Sport außerdem entspannend sein und Spaß machen.
Dies sind Gründe, die den Sporttreibenden zur Ausübung „seiner" Sportart bewegen. Häufig braucht er dazu eine Gemeinschaft oder Institution, in der er seine Sportart ausüben kann. Die Wahl scheint in den letzten 25 Jahren zunehmend auf die steigende Zahl von Fitnessstudios gefallen zu sein.

Die Sportvereine haben nicht in dem ausgeprägten Maße wie die Fitnessstudios von dem gesellschaftlichen Trend profitiert, obwohl auch in Sportvereinen u.a. gesundheitsfördernder Sport betrieben werden kann. Zudem steht häufig gerade in Vereinen der gemeinschaftliche Aspekt im Vordergrund, der für die Stressgeplagten eine andere bzw. zusätzliche Form von Entspannung bringen kann. Stattdessen sind die Vereine z.T. von existenzgefährdeten Problemen - nämlich dem Nachwuchsmangel und dem Rückgang der Aktiven in speziellen Sportarten - bedroht (vgl. DEUTSCHER SPORTBUND 1999). In diese Problematik hinein spielten die sogenannten „Trendsportarten", also Sportarten, die einige Zeit bestimmend sind und in dieser regen Zulauf erfahren. Hierbei kommt es oftmals weniger darauf an, ob diese Trendsportart den gesundheitsfördernden Aspekt oder das Bedürfnis nach körperlicher Tätigkeit abdeckt, sondern vielmehr, dass er gerade in Mode ist und der Sporttreibende dadurch bei seiner Ausübung im Trend liegt. Viele Fitnessstudios bieten diese Sportarten an, dagegen sind bisher oftmals nur einige Vereine bemüht, sich den jeweiligen Trends in ihrem Angebot anzuschließen.
Der Sportverein, der in Deutschland eine lange Tradition genießt, scheint mit den Fitnessstudios eine starke Konkurrenz bekommen zu haben. Hierbei spielt wohl auch eine Rolle, das Sport von vielen nicht

mehr als Wettkampf- und Leistungssport angesehen wird und somit der wettkampfbetonte Sport im Verein weiter in den Hintergrund tritt. Dabei scheint aber nicht die sportliche Leistung an sich in den Hintergrund zu treten, vielmehr kann die eigene sportliche Leistung für sich alleine stehen und braucht nicht zwingend den sportlichen Vergleich mit anderen. Viele Sporttreibenden scheuen nicht das anstrengende Training und die regelmäßige Ausübung ihres Sportes – wie es auch bei dem Betreiben eines Wettkampfsportes mit regelmäßigen Trainingseinheiten und z.T. wöchentlichen Wettkämpfen der Fall ist – aber sie wollen für sich sein und vor allem sich selbst etwas beweisen. Außerdem wollen immer weniger sportlich Aktive in das enge zeitliche Raster einer Vereinssportart gepackt werden und verzichten dann lieber auch auf die gesellschaftlichen Angebote eines Sportvereins.

Die Beschäftigung mit den Motiven, die zum Besuch eines Fitnessstudios führen, offenbart eine Fülle an interessanten Deutungsansätzen. Die vorliegende Arbeit untersucht das Angebot von drei exemplarisch ausgewählten Fitnessstudios und möchte mit Hilfe einer Kundenbefragung die Nutzerstrukturen bei kommerziellen Fitnessstudios näher betrachten. Ein Schwerpunkt der Arbeit liegt in der Motivforschung sowie in der Hinterfragung der gesellschaftlichen Umwelt der Kunden. Dabei erweist es sich als besonders ertragreich, typische Parallelen bzw. Unterschiede für die Mitglieder in den untersuchten Studios aufzudecken, anhand derer man die Vorlieben, Beweggründe und andere personenbezogenen Merkmale gegeneinander abgleichen kann. Hierbei hat es sich als besonders sinnvoll erwiesen, mit drei Studios zwar einen exemplarischen, aber dafür überschaubaren Rahmen zu haben, auf dessen Grundlage besonders die Abgrenzungsmöglichkeiten und Schnittstellen für die Analyse ergiebig sind.

Um Bezugspunkte für die Motive und die Veränderung dieser zu haben, werden in dieser Arbeit neben den bereits erwähnten Fitnessstudios verschiedenartige Formen der sportlichen Betätigungen in unterschiedlichen Einrichtungen zueinander in Beziehung gesetzt. Besonderer Wert wird dabei auf den Vergleich zwischen Sporttreibenden in Fitnessstudios und Sporttreibenden in traditionellen Sportvereinen gelegt. Konvergenzen, Überschneidungen und Unterschiede sollen heraus gearbeitet werden. Die Vereine werden den Fitnessstudios gegenüber gestellt, da sie sich zum einen ebenfalls in einer ähnlichen Form um Sporttreibende bemühen, also die Möglichkeit zum organisierten Sport bieten, und zum anderen als Konkurrenz zu den Studios zu sehen sind. Um die Relevanz der Ergebnisse besser einordnen zu können, wurde zudem ein Einblick in die Entwicklung des Sports in Deutschland allgemein und darüber hinaus in die Fitnessbranche vorgenommen.

Als Untersuchungsort wurden drei Fitnessstudios der im Westen des Bundeslandes NRW gelegenen Stadt Viersen ausgewählt. Viersen kann als repräsentativ für diese Befragung angesehen werden, da Viersens demografisches Datenspektrum im wesentlichen den Vergleichszahlen des Landes Nordrhein-Westfalen sowie denen des Landessportbundes NRW entspricht.

2. Literaturanalyse

2.1 Der organisierte Breitensport

2.1.1 Sportvereine

Sportvereine sind für die durchgeführte Analyse von Bedeutung, da sie als Vorreiter, aber auch als Konkurrenz für moderne Fitnessstudios gesehen werden können. Durch den Vergleich der Fitnessstudios mit den traditionellen Sportvereinen ergeben sich erweiterte Deutungsmöglichkeiten, die vor allem bei einer Ausweitung auf die Umfrageergebnisse zu einer erhöhten Interpretationsdichte führen sollen.

2.1.2 Entstehungsgeschichte der Turn- und Sportvereine

Turn- und Sportvereine haben in Deutschland eine lange Tradition. Zu Beginn des 19. Jahrhunderts gründete Friedrich Ludwig Jahn die ersten Turnplätze in Berlin. Um die Mitte des 19. Jahrhunderts trat dann neben die bürgerliche Turnbewegung in Deutschland der sogenannte „moderne Sport“. Dieser brachte zwar kaum neue Übungen, denn Laufen, Springen, Werfen, Schwimmen oder Rudern gehörten von jeher zu den Grundformen körperlicher Betätigung, aber die Organisationsformen veränderten sich.

Die ersten Sportvereine wurden 1836 mit dem Hamburger Ruder-Club und 1844 mit dem Kegler-Club Hamburg, 1861 mit dem Schlittschuhverein Frankfurt/Main, 1869 mit dem Bicycle-Club Altona und 1878 mit Fußball-Verein Hannover gegründet (BAUR 1991). Zu Beginn des 20. Jahrhunderts – und auch noch in der Weimarer Zeit – wurden viele Sportvereine in Deutschland etabliert. Der am 1.9.1939 von Hitler begonnene Krieg, dessen Niederlage den totalen Zusam-

menbruch des deutschen Sports bedeutete, war gleichzeitig auch das Ende für viele Sportvereine. Im Jahr 1945 wurde vom Alliierten Kontrollrat, der zu dieser Zeit in Deutschland die Regierung stellte, die Auflösung aller deutschen Turn- und Sportvereine bzw. Sportverbände angeordnet. Gleichzeitig wurde die Errichtung nichtmilitärischer Sportorganisationen lokalen Charakters gestattet. Damit konnte sich der deutsche Sport wieder neu gestalten (BAUR 1991).
Nach der Gründung des Deutschen Sportbundes (DSB) im Jahre 1950 für den Westen Deutschlands und dem Deutschen Turn- und Sportbund (DTSB) der DDR kam es zu einer neuerlichen Entstehung unzähliger Sportvereine. Die Entstehung neuer Vereine ging einher mit einem regen Zulauf von Mitgliedern. Im Laufe der Jahre wurden Sportvereine gegründet, die zunächst in der Regel auf eine Sportart festgelegt waren (z.B. Turnverein, Schwimmverein). Das Spektrum der Sportarten wurde später oftmals vielfältig erweitert. So ist es heute nichts Außergewöhnliches, wenn ein als Fußballverein eingetragener Verein auch Sportarten wie Leichtathletik und Gymnastik anbietet.

2.1.3 Situation der Sportvereine heute

Die Situation der Sportvereine in Deutschland hat sich während der vergangenen Jahre stark verändert. Der Sportverein verliert zunehmend seine zentrale Stellung. Er erhält Konkurrenz aus drei Richtungen:

1. durch vermehrte Angebote von staatlichen, halb-staatlichen Einrichtungen und von Verbänden und Vereinen (z.B. Volkshochschulen, Bildungswerken, Gewerkschaften, Kirchen), die versuchen, mit dem Sport ihre Angebote aufzufüllen, attraktiver und damit auch für neue Mitglieder anziehender zu machen; Sport wird immer intensiver in den

Dienst therapeutischer Aufgaben gestellt; so er findet er Eingang in Rehabilitationsstätten, Kurorten und Therapiegruppen;

2. durch kommerzielle Sportanbieter mit einer erwerbswirtschaftlich orientierten Erstellung der ,,Ware“ Sport unter den Gesetzen des Marktes, wie z.B. Fitnesszentren, Gymnastikstudios, Sportschulen, Freizeitparks. Diese machen Vereinen Konkurrenz. Für Touristikunternehmen und Ferienorte ist der Sport ein attraktives Angebotselement geworden. Vermarktungs- und Sportmanagementgesellschaften übernehmen wichtige Aufgaben der Organisation bzw. der Vermarktung des Sports und bei der Durchführung von Wettkämpfen, so dass der organisierte Sport im Verein sein Monopol, Wettkämpfe zu organisieren und über ihre Gestaltung zu bestimmen, einbüßt;

3. durch vielfältige Formen des „informellen“ Sporttreibens außerhalb eines fest organisierten Angebots, das oft eingebettet in die Urlaubs-, Wochenend- und Freizeitgestaltung des einzelnen ist.

Die Entwicklung des Sports wird immer stärker durch kommerzielle Interessen vorangetrieben. Dies wird besonders deutlich in dem raschen Wachsen der Sportartikelbranche, vor allem mit von der Industrie selbst entwickelten oder geförderten Sportarten (Squash, Surfen, Snowboarden) oder die Popularisierung traditioneller Sportarten (Tennis, Golf). Im Blickpunkt kommerziellen Interesses stehen dabei vor allem Individualsportarten, die oft als Modetrend nur zeitlich begrenzte Popularität besitzen und deren Ausübung an die Anschaffung oft kostspieliger Kleidung und Ausrüstung und an qualifi-

zierter Anleitung gebunden ist. Nicht nur der Hochleistungssport, auch der Freizeitsport wird zunehmend nach Regeln des Marktes gestaltet.

Fasst man diese Entwicklungen zusammen, kann man feststellen, dass viele Vereine, ebenso wie andere Sportanbieter, immer mehr gefordert sind, ein vielfältiges Sportangebot anzubieten, das ein breit gefächertes Spektrum sportlicher Betätigung, von Unterhaltung, Entspannung, Geselligkeit etc., ermöglicht, um ihre Mitglieder zufrieden zu stellen bzw. die Zahl der Neuanmeldungen ansteigen zu lassen. Gesucht wird ein Angebot, das vielfältige Optionen eröffnet, aus denen der einzelne entsprechend seiner individuellen Bedürfnisse eine Auswahl treffen kann.

Dennoch sind die Sportvereine in der Bundesrepublik die traditionellen Träger des Sports. Über viele Jahrzehnte hinweg waren die Sportvereine Anlauf- und Kontaktpunkte für Millionen von Spitzen- und Breitensportlern. Besonders der Bereich Kinder- und Jugendförderung war ein vorrangiges Anliegen der Vereine. Über lange Zeit hinweg war auch der Sport der Kinder und Jugendlichen fast ausschließlich in ihnen organisiert. Die heute zu beklagenden Nachwuchsprobleme bzw. der Rückgang von Mitgliedszahlen in traditionellen Sportarten wie z.B. Fußball, Leichtathletik, Schwimmen oder Turnen war ein bis zu Beginn der 90er Jahre nicht existentes Problem. Die Mitgliederstatistiken des Deutschen Sportbundes (DSB) zeigen diese positive Entwicklung deutlich für die letzten 27 Jahre (vgl. LANDESSPORTBUND NW E.V. 1998).

1970	1980	1990	1997
11.428.328	16.924.027	23.777.378	26.592.237

Tabelle 1: Mitgliederzahlen im DSB in den Jahren 1970 - 1997

So scheint es auch nicht verwunderlich, dass die Nachwuchsarbeit und Mitgliederwerbung bei der oben skizzierten Entwicklung der Mitgliedszahlen für die Sportvereine in den letzten Jahren ein Thema von anscheinend nur geringem Interesse war, da junge Sportlerinnen und Sportler, ohne dass von Seiten der Vereine etwas dafür getan werden musste, von selbst nachrückten.

Seit einiger Zeit nun hat sich die Lage in mehrfacher Hinsicht verändert. Mit dem Einsetzen der geburtenschwachen Jahrgänge nimmt die Population der Heranwachsenden ab, aus denen die Sportorganisationen ihren Nachwuchs rekrutieren (z.B. KURZ 1986). In neuerer Zeit werden dementsprechend in verschiedenen Sportarten stagnierende oder gar rückläufige Mitgliederzahlen in den Altersbereichen der Heranwachsenden registriert und das gilt nicht nur, wird hier aber besonders deutlich, für die traditionellen „Einstiegssportarten“ wie „Turnen“, „Schwimmen“, „Fußball“ oder „Leichtathletik“ (BRETTSCHNEIDER/BRÄUTIGAM 1990; SINGER 1989). Abbildung 1 verdeutlicht die starken Rückgänge in den Sportarten „Leichtathletik“, „Fußball“, „Schwimmen“ und „Turnen“ in dem Zeitraum 1995-1997 (DEUTSCHER SPORTBUND 1998).

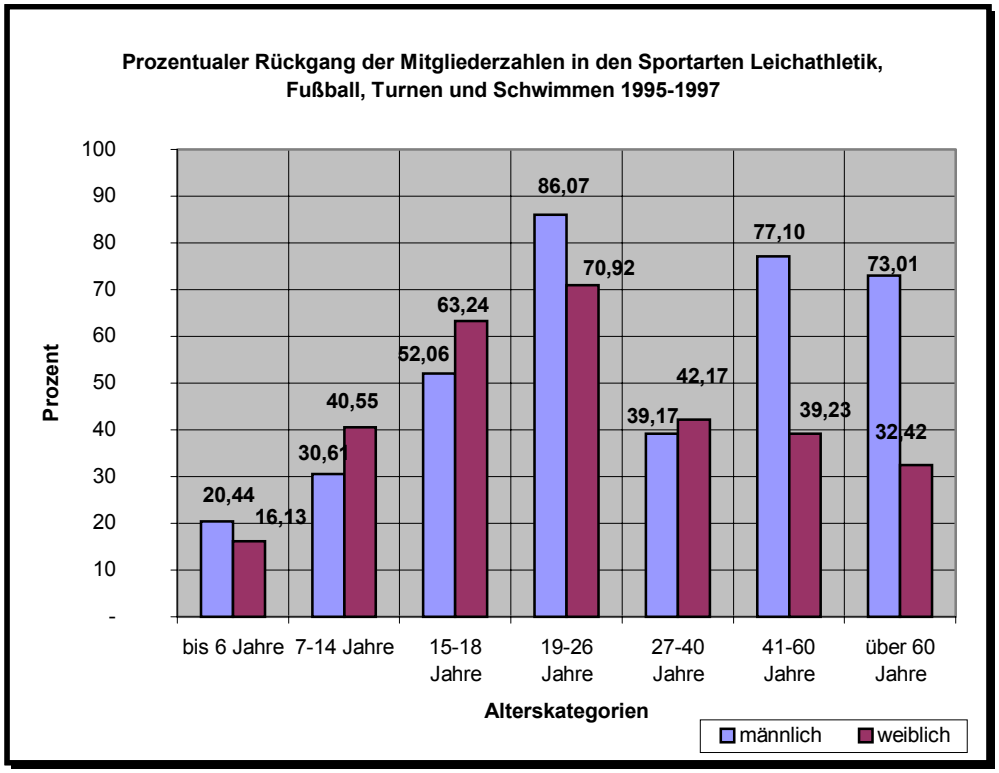

Abbildung 1: Prozentualer Rückgang der Mitgliederzahlen in den Sportarten Leichathletik, Fußball, Turnen und Schwimmen in den Jahren 1995-1997 (DEUTSCHER SPORTBUND 1998).

Auch wenn die oben angesprochenen Rückgänge sehr hoch erscheinen, so lässt sich bei den Mitgliederzahlen des DSB insgesamt ein positives Wachstum erkennen. In den Jahren 1990 bis 1997 hat die Mitgliederzahl von 23.777.378 auf 26.592.237 Millionen zugenommen. Bei der Analyse dieser Zahlen muss jedoch beachtet werden, dass die im Jahr 1990 erfolgte Wiedervereinigung Deutschlands in den Statistiken mit berücksichtigt ist. Die angeführten Zahlen beinhalten sowohl die Mitglieder des DSB aus der Bundesrepublik als auch die des DTSB aus der damaligen DDR. So ist auch der deutliche Zuwachs im Jahr 1990 zu erklären (s. Abb. 2). Insgesamt betrachtet entspricht die Entwicklung der Mitgliederzahlen in den Jahren 1990 bis 1997 einer Zuwachsrate von mehr als 10 Prozent.

Abbildung 2 veranschaulicht die Entwicklung der Mitgliedszahlen in dem Zeitraum von 1980 bis 1997.

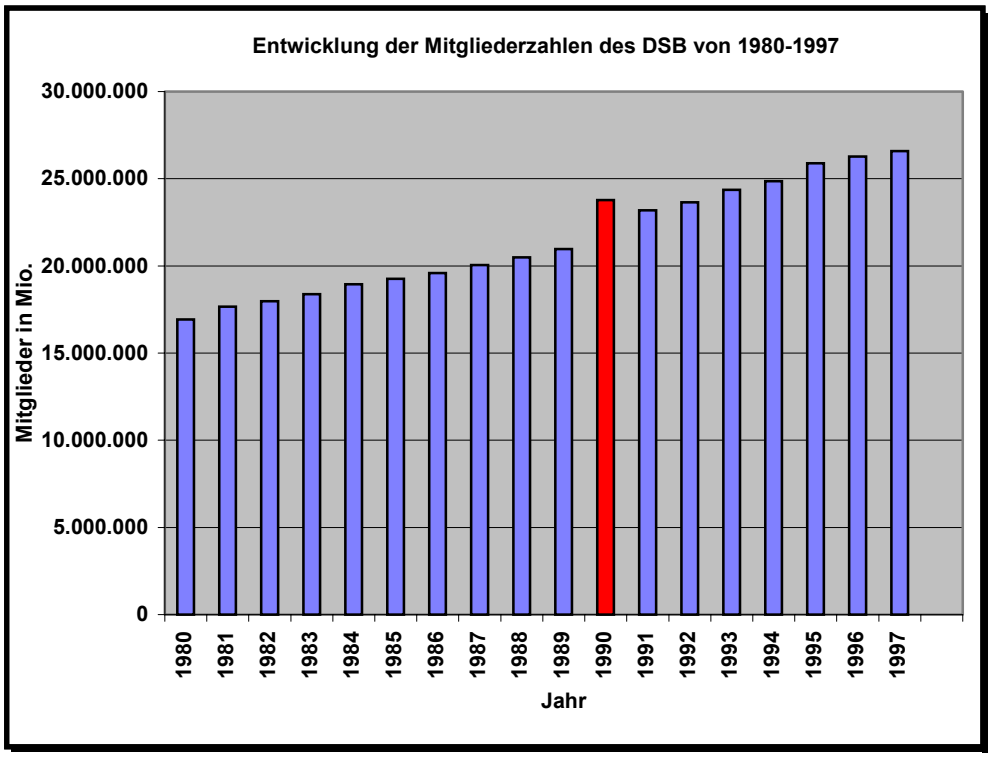

Abbildung 2: Entwicklung der Mitgliederzahlen des DSB von 1980-1997

Die in Abbildung 2 aufgezeigten positiven Zuwachsraten sind auf eine Veränderung der Alterszusammensetzung bei den Mitgliedern des DSB während der letzten Jahrzehnte und insbesondere in den vergangenen zehn Jahren zurückzuführen. Früher waren es besonders die Kinder und Jugendlichen, die in Sportvereinen organisiert Sport trieben. Heutzutage sind es eher die über 40-jährigen, die dem Vereinssport die Existenz sichern. Die Gesamtzuwachsrate von 10% resultiert zum einen daraus, dass die Mitglieder im DSB zunehmend älter werden und zum zweiten, dass Vereinssport ab einem Alter von 40 wieder attraktiver zu werden scheint. Zudem wird der Anteil der „älteren Menschen“ an der Gesamtbevölkerung immer größer, der Anteil der Jungen nimmt hingegen ab. Die nachfolgende Abbildung

verdeutlicht den Trend, dass zunehmend Menschen mittleren Alters den Weg in die Sportvereine finden.

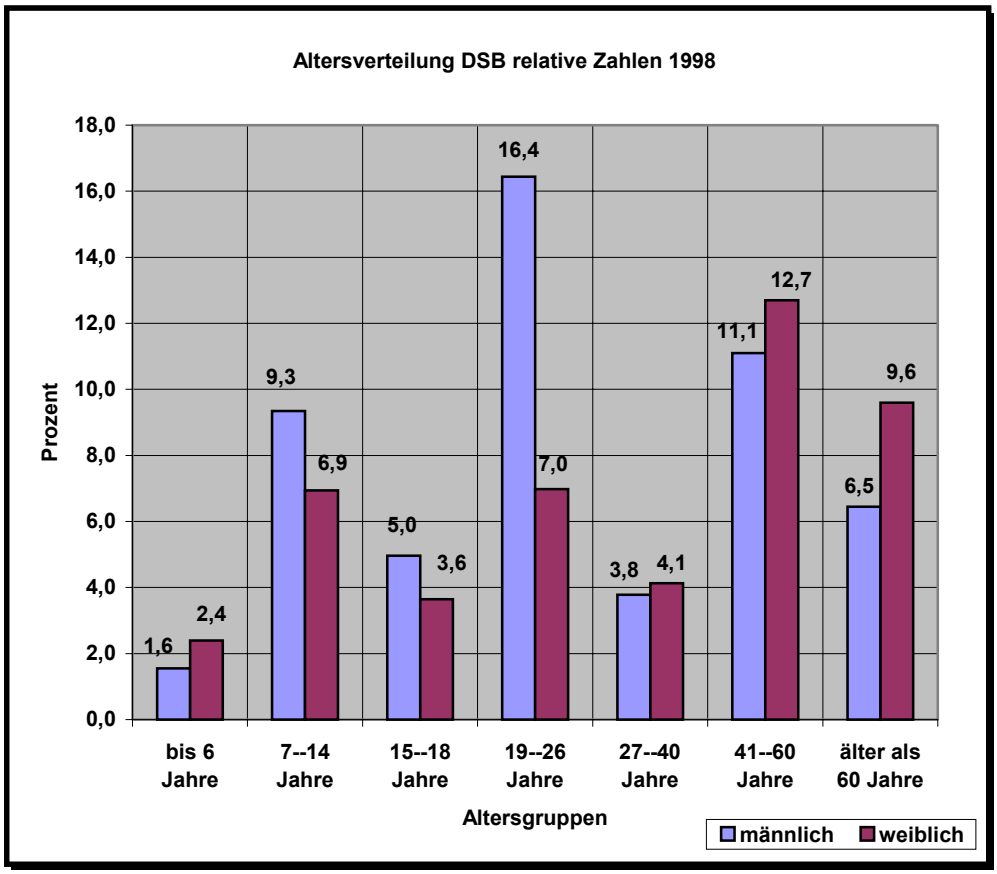

Abbildung 3: Altersverteilung der Mitglieder des DSB (DEUTSCHER SPORTBUND 1998)

Der Wandel der Mitgliederzusammensetzung in „traditionellen“ Sportvereinen ist jedoch nicht nur in der oben skizzierten veränderten Alterszusammensetzung zu finden, parallel mit dieser Entwicklung geht eine Differenzierung der Sportkultur einher. Heute gibt es neben dem vereinsorganisierten Sport vielfältige alternative Möglichkeiten sportlich aktiv zu werden (DIGEL 1986; GRUPE 1987: HEINEMANN 1998; RITTNER 1991). Neben kommerziellen Einrichtungen wie z.B. Fitnessstudios oder Multiplexsportbetrieben (kommerziell aufgebaute Sporteinrichtungen, die Indoorsportarten wie z.B.

Squash, Badminton, Free Climbing oder auch Bowling anbieten) organisieren sich immer mehr Menschen in privat gegründeten Sporttreffs wie z.B. Lauftreffs, Walkinggemeinschaften oder Wandergruppen. Die Wahlmöglichkeiten für Sportinteressierte nehmen generell zu, mit der Folge, dass die Sportvereine ihre Mitglieder immer mehr in Konkurrenz zu alternativen Handlungskontexten des Sports gewinnen und „halten“ müssen.

Zu sehen ist außerdem, dass sich die Lebensaufgaben und Lebensorientierungen speziell der Heranwachsenden im Verlauf des Kindes- und Jugendalters verschieben. Vor allem im Jugendalter gewinnen die schulische und die berufliche Ausbildung an (objektiver und subjektiver) Relevanz. Sexuelle Freundschafts- und Partnerbeziehungen werden für die Heranwachsenden zunehmend wichtiger, oft weiten sich Freizeitinteressen und -aktivitäten aus. Diese Lebensangelegenheiten müssen von den Heranwachsenden mit ihren sportiven Interessen und Tätigkeiten abgestimmt werden. Dabei können sich Balanceprobleme ergeben, die zu einer kürzer- oder längerfristigen Reduzierung oder zum Aufgeben sportiver Aktivitäten und, in Zusammenhang damit, zum Austritt aus Sportvereinen führen können (vgl. auch BAUR 1991). Darüber hinaus lassen sich Tendenzen einer „Destandardisierung“ und „Individualisierung“ des Lebenslaufs gerade auch im Jugendalter ausmachen (u.a. FERCHHOFF 1995). Heranwachsende können - und das vor allem im Freizeitsektor - vermehrt zwischen alternativen Tätigkeiten, Lebensplänen und Lebensstilen wählen.

Somit ist es auch nicht weiter verwunderlich, dass die Mitgliederfluktuation im Bereich des Kinder- und Jugendsports in Sportvereinen besonders betroffen ist. Untersuchungen von SACK (1980) belegen, dass Jugendliche im Verlauf ihrer Vereinsmitgliedschaft zu ca. 60% die Sportart und zu ca. 60% den Verein wechseln. 25% der Mitglie-

der verlassen das Vereinswesen ganz und ziehen sich aus dem aktiven Sport zurück.

Wenn man die Gründe für den Austritt näher untersucht, so stellt man fest, dass zum einen die Unzufriedenheit mit der Organisation des Übungsbetriebes, mit der Übungsgruppe, mit dem Betreuer und/oder zum anderen mit den häufig leistungssportlich ausgerichteten Sportangeboten der Sportvereine in Zusammenhang stehen. Sehr viel schwerer sind jedoch vereinsexterne Gründe zu gewichten. Vor allem die Jugendlichen (die Altersgruppen der 10-18- jährigen) - und im Jugendalter steigen die Austrittsraten deutlich an - verweisen auf die schon genannten Abstimmungsprobleme des vereinsorganisierten Sporttreibens mit ihren anderen Lebensangelegenheiten (SACK 1980). In einer neueren, für Nordrhein-Westfalen repräsentativen Stichprobe aus dem Jahr 1988, wird sogar noch eine weitaus höhere „Aussteiger-Rate“ von fast 40% registriert. Zugleich haben aber auch die Mehrfach-Mitgliedschaften in Sportvereinen zugenommen, und Vereinswechsel dürften ebenfalls häufiger vorkommen (BRETTSCHNEIDER/BRÄUTIGAM 1990). Ein Ansteigen der Fluktuation unter den beiden Aspekten Vereinswechsel und Vereinsaustritt entspricht durchaus den Erwartungen. Im Zusammenhang mit den erweiterten Wahlmöglichkeiten werden sich die Heranwachsenden am vereinsorganisierten Sport nur noch dann beteiligen, wenn sie diesen Sport in ihre Lebensgewohnheiten sinnvoll einbinden können, und sie werden nur so lange an ihm teilnehmen, wie sie Gefallen daran finden oder Vereine in der Lage sind, durch ein erweitertes Programm bzw. durch Integration in ein attraktives Vereinsleben die Jugendlichen an sie zu binden. Wenn das nicht (mehr) der Fall ist, haben sie jederzeit die Möglichkeit, sich anderen sportiven Betätigungen zuzuwenden oder ihr Sporttreiben einzustellen. Für die Sportorganisationen wird das zur Herausforderung, die Nachwuchsarbeit neu und ständig zu überdenken und es wird deutlich, dass um

Mitglieder – und hier sind es gerade die Jugendlichen – viel stärker geworben werden muss. Die Identifikation mit dem Sportverein des eigenen Stadtteils ist ohne eine attraktive Angebotspalette nicht zu bewerkstelligen. Die zunehmende „Konsumhaltung“ macht auch bei der Wahl des Vereins nicht halt. Das potentielle Mitglied wählt nach Bedürfnissen, aber auch nach Angeboten. Seltener werden die früher üblichen Tendenzen, aus Gewohnheit bzw. Tradition in den heimischen Sportverein zu gehen.

Neuerdings sind außerdem Bestrebungen zu erkennen, das vereinsorganisierte Angebot im Breitensport und in der außersportlichen Nachwuchsarbeit so zu erweitern, dass besonders Kinder und Jugendliche angesprochen werden, die weniger am Leistungssport Interesse finden als vielmehr Trendsportarten ausprobieren möchten (vgl. BÖS/BREHM 1998).

Die Anforderungen an zeitgemäße Sportvereine haben sich in den vergangenen Jahren sehr stark verändert. Zum einen rückt der Aspekt des Leistungssport mehr und mehr in den Hintergrund, zum anderen müssen die Vereine in der Lage sein Trendsportarten, wie z.B. Inline-Skating, Streetball oder American Football, anzubieten, um den Wünschen und Interessen der Kinder und Jugendlichen heute zu entsprechen (vgl. SPORTJUGEND NORDRHEIN-WESTFALEN 1987). Nur so kann sichergestellt werden, dass in Zukunft die Mitgliedszahlen der Sportvereine wieder zunehmen und nicht, wie in den vergangenen Jahren besonders in den klassischen Sportarten, eher rückläufig sind.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der klassische Sportverein, der noch vor gut 10 bis 15 Jahren Mitglieder angezogen hat, heute in seiner Existenz oftmals bedroht ist und nur durch eine Umstrukturierung und Aktualisierung des Angebots aufrecht erhalten werden kann. Kinder, Jugendliche und Heranwachsende, die sich heute mehr denn je mit den Neuen Medien in ihrer Freizeit beschäfti-

gen, müssen durch entsprechende Angebote wieder für einen Sportverein interessiert werden.

Aber auch das moderne Fitnessstudio oder Multiplexsportanlagen bedeuten für alteingessene Sportvereine in punkto Mitgliederwerbung oftmals eine nicht zu überwindende Konkurrenz. Bei den kommerziellen Sportanbietern ist ein besonderes Augenmerk auf den Aspekt Gesundheit bzw. Gesundheitsförderung zu legen, der in vielen Sportvereinen nicht oder nur unzureichend berücksichtigt wird. Fitnessstudios füllen demzufolge eine „Marktlücke“, die die Sportvereine nicht ausfüllen und bieten den Kunden zudem in manchen Bereichen eine neue Organisationsform des Sports. Hier steht die Individualisierung des Einzelnen, der häufig ein Höchstmaß an Flexibilität in seiner Freizeitgestaltung erwartet, im Vordergrund. Dem oftmals starren Konzept der Vereine, welches grundsätzlich wegen der Hallenbelegungen und Hallenkapazitäten u.a. Faktoren nicht zu ändern ist, kann von Seiten der Studios mit langen Öffnungszeiten und z.B. den Vormittagsangeboten ein wesentlich flexibleres Angebot entgegengesetzt werden.

2.1.4 Gesundheitsförderung im Sportverein

Gesundheit wurde schon in frühen historischen Betrachtungen in einen engen Zusammenhang mit Sport gebracht. So gilt Gesundheit neben der körperlichen Leistungsfähigkeit als eines der ältesten Bildungsziele im Sport, das im Verlaufe der Geschichte mehr und mehr in den Vordergrund gerückt wurde. Etwa seit Beginn der achtziger Jahre haben Gesundheitssport und Gesundheitsförderung in den Industrienationen einen starken Bedeutungszuwachs erfahren, von dem auch der Sportbereich betroffen ist. Was unter Gesundheitssport und den damit in Zusammenhang stehenden Begriffen zu ver-

stehen ist, haben BÖS (1995), BREHM (1997) und TIEMANN (1997) in ihrer aufgestellten Definition versucht zu erläutern.

> „Gesundheitssport zielt zum einen auf eine gezielte Stärkung der Gesundheitsressourcen, verbunden mit einer gezielten Meidung und Minderung von Risikofaktoren sowie mit einer möglichst effektiven Bewältigung von Beschwerden und Missbefinden. Gesundheitssport zielt in diesem Sinne auf möglichst umfassende Gesundheitserziehung, insbesondere durch
>
> a) Stärkung von physischen und sozialen Ressourcen
> b) Minderung von körperlichen Risikofaktoren
> c) Bewältigung von Beschwerden und Missbefinden
>
> Zum anderen zielt Gesundheitssport auf die Befähigung der Bevölkerung, Kontrolle über die Gesundheit auszuüben. Gesundheitssport zielt in diesem Zusammenhang auf Verhaltenswirkungen, insbesondere durch den Aufbau von Bindung an gesundheitswirksame Aktivitäten. Ein solches Verständnis von Gesundheitssport impliziert die Perspektive einer Gesundheitsförderung durch sportliche Aktivität“ (BÖS 1995, BREHM 1997, PAHMEIER UND TIEMANN 1997).

Die Öffnung von Vereinen für gesundheitsorientierten Sport erfolgte allerdings langsamer als bei den kommerziellen Anbietern und verlief bis heute sehr unterschiedlich. So haben einige Vereine gesundheitsorientierten Sport seit einigen Jahren fest in ihrem Repertoire. Hier sind insbesondere die präventiv oder rehabilitativ ausgerichteten ambulanten Koronar-, Dialyse- oder Schlaganfallgruppen zu nennen. Diese Gruppen bestehen z.T. seit über 20 Jahren und rufen auf Mitgliederseite großes Interesse hervor, welches sich in hohen Mit-

gliedszahlen widerspiegelt. Wie DIGEL (1993), SINGER (1989) und WAGNER (1995) in einer Befragung hessischer Sportvereine festgestellt haben, sind diese Angebote bisher eher in den Groß- als in den Kleinvereinen verankert.

Andere Vereine und oftmals sind es kleine Vereine, die nicht in der Stadt oder im Stadteinzugsgebiet liegen, halten an ihrem traditionellen Sportangebot fest und sind nicht selten von Nachwuchsmangel und geringen Mitgliedszahlen betroffen. Fehlende finanzielle Unterstützung und das Ausbleiben qualifizierter bzw. ehrenamtlicher Übungsleiter ermöglichen es diesen Vereinen nicht, den Aspekt der Gesundheitsförderung mit in ihr Sportangebot aufzunehmen.

2.1.5 Perspektiven und Risiken für Sportvereine

In rund 85.000 Sportvereinen sind heute fast 27 Millionen Bundesbürger, d. h. etwa ein Drittel der deutschen Bevölkerung, organisiert. Gesundheit und Gesundheitsförderung nehmen eine immer bedeutendere Stellung bei den Mitgliedern der Vereine ein (vgl. DEUTSCHER SPORTBUND 1999). Diese zunehmende Wichtigkeit von Gesundheit und Sport und der damit einhergehende Wandel sowohl des Sport- als auch des Gesundheitsverständnisses sind zum einen auf einen Wandel der Krankheiten - von den Infektions- zu den Zivilisationskrankheiten - zurückzuführen und zum anderen als Ausdruck des Wertewandels in der postindustriellen Gesellschaft zu sehen. Die Bedürfnisse der Menschen haben sich verändert. Dies bringt einen Wandel in bezug auf die Nachfrage nach Angeboten in den Sportvereinen mit sich. Aufgrund der gestiegenen Lebenserwartung wird es in Zukunft auch immer mehr ältere Menschen geben, die andere als die bisher üblichen traditionellen Werte wie z.B. den Leistungsaspekt, die Gruppendynamik oder die Ehrenamtlichkeit in die Vereine tragen und einen bedeutenden Anteil der Teilnehmer an

den gesundheitsorientierten Angeboten stellen werden. Im folgenden werden beispielhaft gesellschaftliche Veränderungen und Modernisierungstendenzen, die eine Voraussetzung zur Entwicklung des gesundheitsorientierten Sports in den Vereinen darstellen, skizziert, ohne dabei einen Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben. Eine ausführliche Darstellung der gesellschaftlichen Entwicklungen, die den Bedeutungszuwachs von Sport und Gesundheit maßgeblich bedingen, findet sich u. a. bei CACHAY (1988), DIGEL (1988, 1993) und RITTNER (1991).

Wie in der Vergangenheit, so sind auch heute die Sportvereine die wichtigsten Träger des organisierten Sports in Deutschland. Weltweit verfügen die wenigsten Länder über so ein umfassendes und ausdifferenziertes Vereinswesen wie Deutschland.
Nach einer Untersuchung von HEINEMANN im Jahr 1992 versteht sich der Verein weitgehend uneingeschränkt als Solidargemeinschaft, der die Tradition eher wahren möchte als sich immer wieder neuen Trends anzupassen. Er versucht dies zu erreichen, indem er eine Mischung von Freizeit,- Breiten,- und Leistungssport anbietet. Ein wichtiges Kriterium für die Ausprägung der Vereinskonzeption ist die Größe des Vereins – die Anzahl der Mitglieder. Dabei gilt: Je größer der Verein, umso eher ordnet er sich als Dienstleistungsbetrieb ein (HEINEMANN 1992).
Weiterhin haben sich die Mitglieder der Vereine in ihrer Zusammensetzung geändert. Es treiben mehr und unterschiedliche Personen (Zielgruppen) insgesamt mehr verschiedene Sportarten (Angebot und Inhalte) aus mehr verschiedenen Beweggründen (Motive und Bedürfnisse) zu wesentlich mehr verschiedenen Zeiten, an mehr Orten und zu unterschiedlichen Konditionen (Organisationsstruktur) (vgl. DETUSCHER SPORTBUND 1999).

Der DSB versuchte ab Anfang der sechziger Jahre mit gezielten Programmen und Aktionen (z. B. „Zweiter Weg“, „Sport für alle“, „Sport mit Älteren, Aussiedlern, im Strafvollzug“ etc.) eine Öffnung der Sportvereine für breite Bevölkerungsschichten zu erreichen. Diese Entwicklung erweiterte und differenzierte die Orientierung der sechziger Jahre, denn damals stand als Synonym für den Sport der Wettkampfsport, der in erster Linie von jungen Männern der sozialen Oberschicht betrieben wurde. Bis heute wurden zunehmend mehr Bevölkerungsgruppen in das Sportsystem integriert, z.B. Frauen, Kinder, Senioren und Behinderte. Der Sport im Verein scheint sich also von seiner Orientierung am Leistungs- und Wettkampfsport gelöst und zu einem Massenphänomen geworden zu sein (vgl. DIGEL 1986). Trotz des rapiden Anstiegs der nach Selbstauskünften sportlich Aktiven warnen verschiedene Autoren, z. B. DIGEL (1993) und auch VOIGT (1992), vor einer euphorischen Erhöhung des Sportbooms. Denn wenn die Differenzierung in Sportler und Nichtsportler nach bestimmten Kriterien festgelegt wird, sinkt die Zahl der Aktiven rapide ab (vgl. Kapitel 2.1). Auch die angestrebte Integration breiter Bevölkerungsschichten in das Sportvereinssystem (Ziel: „Sport für alle“) kann nicht als gelungen bezeichnet werden, da nach wie vor eher Angehörige der mittleren und oberen Schicht sportlich aktiv sind (vgl. VOIGT 1992).

Zu den traditionellen Werten wie Wettkampf und Leistung sind andere Motive hinzugekommen, die sich stärker an den Werten der Freizeit orientieren. Die Veränderungsprozesse im Sport betreffen damit auch das Angebot an Sportarten, Disziplinen und Bewegungsbereichen. Parallel zu dem inhaltlichen Wandel in der Sportlandschaft vollzog sich auch in der Angebots- und Organisationsform des Sports ein Strukturwandel. Sport wurde bis in die sechziger Jahre hinein fast ausschließlich in Vereinen betrieben. Inzwischen treten in wachsender Anzahl neue Sportanbieter auf. Die kommerziellen Anbieter, z. B.

Fitnessstudios oder Gesundheitszentren, aber auch halbstaatliche Organisationen wie Volkshochschulen und auch Reiseunternehmen, versuchen Personengruppen anzusprechen, die bisher in den Vereinen keinen Platz fanden. Diese Institutionen sind wesentlich schneller auf die steigende Nachfrage nach gesundheits- und fitnessorientierten Angeboten eingegangen als das langsamer reagierende System des vereinsorganisierten Sports. Dass sich Ende der achtziger Jahre doch noch ein Wandel in den Vereinen und Verbänden vollzogen hat, ist maßgeblich auf die Konkurrenzsituation durch andere Anbieter zurückzuführen (vgl. VOIGT 1992).

Gesundheitsorientierte Programme bieten den Vereinen gute Möglichkeiten einer Weiterentwicklung bzw. der Ergänzung ihres traditionellen Angebotes an, da ein sportartspezifisches Angebot nicht für all die Menschen geeignet ist, die im Verein Sport treiben möchten. Mit der Einrichtung von gesundheitsorientiertem Sport sind jedoch auch strukturelle Veränderungen verbunden, die zwar von außen als Funktionsverbesserungen betrachtet werden, mit denen aber auch (häufig unbeabsichtigte) Umgestaltungen für die innere Struktur einhergehen. SCHUBERT (1994) weist darauf hin, dass die Übernahme nicht selbst reflektierter, sondern von außen bestimmter sozial- und gesundheitspolitischer Ziele den Charakter der Vereine oftmals stark verändert hat. Welche Effekte dies auf das Vereinsleben haben kann, ist noch nicht absehbar.
Die Probleme, die eine solche Übernahme mit sich bringt, können vielfältiger Art sein. Es beginnt damit, dass neu entdeckte Motive wie Gesundheit und Wohlbefinden und damit auch veränderte Inhalte von außen an die Vereinsführung herangetragen werden. Oft werden diese „neuen“ Motive bedenkenlos von der Vereinsspitze an die Vereinsbasis getragen, ohne dass eine ausreichende Kommunikation stattgefunden hat bzw. ohne die mittel- und langfristigen Folgen bei

der Einrichtung solcher neuen Strukturen zu berücksichtigen. So kam es in der Vergangenheit zu einer „Kommerzialisierung des Gesundheitsversprechens“ (RITTNER 1991). Sport wurde als Allheilmittel oder Therapie verkauft und zwar in besonderem Maße an Personen, die von Anfang an ein zeitlich begrenztes Interesse an der Ausübung einer bestimmten Sportart bzw. eines bestimmten Sportkurses hatten. Dies sind z.B. Personen, die unmittelbar nach einem stationären Rehabilitationsaufenthalt von ihrem Arzt für einige Wochen ein auf sie abgestimmtes Sportprogramm verordnet bekommen, es aber aus zeitlichen oder beruflichen Gründen nicht dauerhaft beibehalten können bzw. wollen. SCHULKE (1997) führt dazu an, dass „Sport wie eine medikamentöse Indikation oder physiotherapeutische Anwendung inszeniert“ wenig Begeisterung aufkommen lässt. Wenn das Vereinsmitglied als Patient und die Turnhalle als „Reparaturwerkstatt“ für gesundheitliche Schäden gesehen wird, dann ist keine dauerhafte Bindung des Teilnehmers an den Sportverein zu erwarten. Diese Sichtweise basiert auf einem medizinisch-funktionalen Gesundheitsverständnis, wie es in der Vergangenheit den meisten gesundheitsorientierten Sportangeboten zugrunde lag. Dies hatte zur Folge, dass die Angebote nicht mehr von Laien bzw. ehrenamtlich Tätigen zu leisten waren. Der Bedarf an neuen Fachkräften hat sich erhöht, was zu einer erheblichen Steigerung der Honorierung geführt hat, die von den Vereinen ohne Sponsoren nicht zu tragen ist bzw. ohne z. B. die Mitgliedsbeiträge beträchtlich zu erhöhen. Die Vereine geraten dabei in eine Professionalisierungsspirale und entwickeln sich weg von der Gesinnungsgemeinschaft hin zum präventionsorientierten Sport-Dienstleistungsunternehmen, was für die meisten Vereine auf Dauer finanziell oft gar nicht realisierbar ist (vgl. CACHAY 1988).

Die Vereinsmitglieder treten im Zuge der Professionalisierung immer mehr als Kunden und Konsumenten auf, was einen Bindungsverlust

untereinander und zum Verein sowie den Verlust der sozial-integrativen Komponente zur Folge hat. Als problematisch ist dabei einzustufen, dass sich der Verein durch diesen Rückgang seiner spezifischen Identität den kommerziellen Anbietern angleicht und diese durch eine unreflektierte Übernahme der gleichen Inhalte nachahmt. Somit entsteht bei den Vereinen wie bei den kommerziellen Institutionen ein stetiger Wettbewerb um neue Mitglieder, was zu einem Konkurrenzdenken führt. Langfristig gesehen, könnte der Verein somit gegen andere Anbieter ausgetauscht werden (vgl. CACHAY 1988). Zudem sind die oftmals ehrenamtlich tätigen Mitglieder in der Vereinsführung nicht in dem Maße geschult, um der kommerziellen Konkurrenz gewachsen zu sein. So handeln sie sich im direkten Vergleich u.U. den Nimbus der Unprofessionalität ein.

Die oben skizzierten Probleme sind dadurch entstanden, dass die Vereine zunächst nur die positiven Aspekte von gesundheitsorientierten Angeboten gesehen haben und mit der Gesundheitswelle schwimmen wollten, ohne ihre spezifische vereinseigene Situation hinsichtlich einer Übernahme dieser Angebote zu überprüfen bzw. ohne diese Angebote behutsam in ihr „Gesamtsystem Verein“ zu integrieren. Doch trotz dieser aufgezeigten Probleme überwiegen die Perspektiven, die sich den Vereinen durch die Ergänzung ihres traditionellen Angebots um gesundheitsorientierten Sport bieten. Doch wie bereits angedeutet, muss eine gewisse Professionalisierung als Basis für eine lebensfähige Integration des Zweiges „Gesundheitsförderung“ geschaffen werden, um nicht an zu vielen einfachen Problemen zu scheitern.

2.2 Das Fitnessstudio

Fitnessstudios sind der zweite große Anbieter für organisierten Sport in der deutschen Sportlandschaft. Der Schwerpunkt im Angebot liegt vor allem im Bereich Fitness. Dieser Begriff soll in einem gesonderten Unterkapitel definiert werden. Vorangestellt wird eine Definition des Begriffs Sport.

Durch die Bezeichnung Fitnessstudios entsteht eine Abgrenzung zum sog. Sportverein. Die Festlegung auf den Bereich Fitness scheint die beiden Institutionen voneinander zu trennen. Und so ist es richtig, dass man wohl in den wenigsten Studios Spielsportarten wie Handball, Volleyball oder Fußball betreibt.

Fitnessstudios bieten vor allem Training in sog. Kursen an, die oft unter einem bestimmten Schwerpunkt zusammengefasst werden (Aerobic, Callanatics u.ä.). Auf den zweiten Blick zeigt sich, dass eine klare Trennungslinie nicht mehr zu ziehen ist. In den 45 Jahren Fitnessstudiogeschichte in Deutschland hat sich die Angebotspalette in vielen Studios, in den sog. Multikomplexstudios, vor allem um die Sportarten Badminton, Squash und Tennis erweitert. Die Sportvereine hingegen bieten zunehmend Fitnesskurse an. Beide Anbieter haben zudem den großen Bereich des Gesundheitssports mehr oder weniger entdeckt und bieten ihren Mitgliedern z.B. Rückenschulen oder Wirbelsäulentraining.

Die Grenzen im Sportangebot verlaufen fließend und zugleich gibt es zwischen Fitnessstudio und Sportverein viele Unterschiede. Beide Organisationsformen durchdringen und ergänzen sich in weiten Teilen ihres Angebots.

2.2.1 Definition Sport

„Der Sport ist die zusammenfassende Bezeichnung für alle menschlichen Tätigkeiten, die vorwiegend körperliche Bewegungen sind und auf eine höhere (meist körperliche, aber auch geistige) Leistungsfähigkeit zielen. Grundlegende Merkmale des Sports sind die Einheitlichkeit der Regeln (für jede Sportart), seine weltweite Verbreitung und das daraus resultierende Streben nach internationalen Vergleichswettkämpfen.“ (BROCKHAUS ENZYKLOPÄDIE 2000)

Das Wort Sport kommt vom lateinischen *disportare* („sich zerstreuen"), entwickelte sich über das französische *desport* („Erholung, Zerstreuung") zum englischen *sport* („Spaß, Vergnügen, Erholung") und bürgerte sich seit Mitte des 19. Jahrhunderts auch im Deutschen ein, zunächst noch in seiner ursprünglichen Bedeutung. Für die eigentliche körperliche Betätigung wurden anfangs noch national unterschiedliche Bezeichnungen benutzt. Der älteste Begriff im Deutschen dafür war Leibesübungen, der schon im 16. Jahrhundert und dann besonders von G.U.A. Vieth in seiner „Enzyklopädie der Leibesübungen" (1794) gebraucht wurde. Die Reformpädagogik benutzte seit etwa 1920 den Begriff Leibeserziehung, um die stärkere pädagogische Zielsetzung herauszustellen. Im pädagogischen Bereich ersetzt Sport mehr und mehr auch das Turnen, das als typisch deutsche Erscheinung Anfang des 19. Jahrhunderts als vielseitige Leibesübung mit staatsbürgerlicher Zielsetzung entstand und als Turnunterricht in der Mitte des 19. Jahrhunderts seinen Eingang in die Schulen fand. Die dritte Entwicklungsrichtung der europäischen Sportbewegung ist die schwedische Gymnastik, die nach 1810 durch P. H. Ling in Stockholm unter dem Aspekt der physiologischen Übungswirkung entwickelt wurde. - Die in sozialistischen Ländern verwendete Bezeichnung Körperkultur umfasste Körpererziehung und Sport.

2.2.2 Definitionen des Begriffs Fitness

Unter dem Begriff „Fitness“ werden heute eine Vielzahl verschiedener Bedeutungen zusammengefasst, die z.T. mit der eigentlichen Bedeutung des Wortes nichts mehr zu tun haben. Worte wie z.B. „Fitnessgetränk“ oder „Fitnesshose“ spiegeln dem Leser bzw. Betrachter häufig Eigenschaften vor, die mit der ursprünglichen Bedeutung des Wortes „Fitness“ nur im Entferntesten in Zusammenhang stehen.

Was aber bedeutet der Begriff Fitness im eigentlichen Sinne des Wortes? Zunächst einmal muss betont werden, dass es die „eine" Fitness nicht gibt. Wird von Fitness gesprochen, können vielfältige Definitionen und verschiedenartigste Interpretationen gemeint sein. Die Betrachtung und auch die Auslegung des Fitness-Begriffes wird sehr unterschiedlich gehandhabt und bekommt oftmals eine sehr individuelle Interpretationsrichtung. Dominierend bei der Betrachtung sind insbesondere drei Ebenen: die physische, die psychische und die soziale Ebene.

Um die Komplexität des Fitness-Begriffes zum einen zu vereinfachen, und zum anderen einen Bezugsrahmen für die weitere Verwendung dieses Begriffs in dieser Analyse zu schaffen, sollen im folgenden auf verschiedenen Ebenen Definitionen aufgestellt werden.

Betrachtet man die Etymologie des Wortes „Fitness“, stellt man fest, dass es sich um ein Wort englischen Ursprungs handelt. Wie viele andere Anglizismen auch, hat sich das Wort Fitness bereits seit vielen Jahren in unseren Sprachgebrauch etabliert. Neben Übersetzungen wie „Eignung“, „Fähigkeit“ oder „Tauglichkeit“ bedeutet es in Bezug auf Sport und sportliche Tätigkeit Gesundheit, Wohlbefinden bei Sport und Spiel (MEISSINGER 1988).

Auch die von DARWIN (1859) benutzte Phrase “survival of the fittest“ kann aus dem Wortstamm fit abgleitet werden. Gemeint ist hier das Überleben des am besten an die jeweiligen Umweltbedingungen Angepasstesten. Dabei geht es hier um die genetische Ausstattung des Individuums bzw. um die Ausprägung der Gene im jeweiligen Organismus. Der Unterschied zum eigentlichen Verständnis von Fitness liegt darin, dass das Individuum seine genetische Ausstattung nicht ändern kann. Seine Anpassungsfähigkeit an die Umwelt ist demnach festgelegt und nur in engen Grenzen variabel.

Auf einer völlig anderen Ebene definiert die WHO (World Health Organization) den Begriff Fitness in Zusammenhang mit Gesundheit. Hierbei wird deutlich, dass der Gesundheitsaspekt aus dem großen Konglomerat Fitness nicht wegzudenken ist, ja sogar einen wesentlichen Teil dieser ausmacht.

> „Wohlbefinden im psychischen, physischen, intellektuellen und sozialen Bereich. Gesundheit ist der Zustand völligen Gleichgewichts in physischer, psychischer und sozialer Hinsicht“(BULLETIN OF THE WORLD HEALTH ORGANIZATION 1947).

Die WHO (1947) setzt den Begriff Fitness mit Gesundheit gleich und begründet dies damit, dass nur derjenige in der Lage ist, einen Zustand völligen Gleichgewichts zu erreichen, der auf Dauer gesund bleiben wird.
Für BEUKER (1992) bedeutet Fitness die Anpassungsfähigkeit des Menschen und seines Organismus an wechselnde, allgemeine oder besondere Situationen. BEUKER ist der Auffassung, dass es die eine Form der Fitness nicht gibt. Fitness ist vielmehr von den individuellen Fähigkeiten und Fertigkeiten des Einzelnen abhängig und muss

ähnlich wie sportliche Leistung immer wieder neu erworben werden. Fitness ist nur durch stetes Üben von Fähigkeiten und Fertigkeiten zu konservieren.

> „Fitness ist ein durch Training, gezielte Ernährung und gesunde Lebensführung bewusst angestrebter psycho-physischer Leistungszustand, der über gesundheitliches Wohlbefinden hinausgeht.“ (BEUKER 1992)

Für BEUKER ist Fitness offensichtlich ein Ziel, das es anzustreben gilt. Der Mensch soll durch eigene Aktivität und durch beständiges Engagement in einen allgemeinen Fitnesszustand gelangen. Nur wer kontinuierlich an sich arbeitet, d.h. seine individuellen Fähigkeiten und Fertigkeiten ausschöpft, bleibt physisch, aber auch psychisch, fit. Folglich müssen, um eine positive Veränderung der Fitness zu erreichen, wie sie z.B. beim Fitnesstraining nach BEUKER angestrebt werden, neben konditionierenden Methoden auch pädagogisch-edukative und sozialisierende in Frage kommen bzw. angewendet werden. Hiermit erweitert BEUKER den Fitnessbegriff eindeutig, denn sind bei DARWIN noch die bei der Geburt mitgegebenen genetischen Dispositionen des Organismus gemeint, so sieht BEUKER für fast jeden die Möglichkeit sich durch ein entsprechendes Vorgehen fit zu halten und damit den Umweltanforderungen zu begegnen. Im Gegensatz zu dem Verständnis, dass die Veranlagung für „Fitness“ schon von Geburt an vorhanden sein muss, sieht BEUKER eine Chance für jeden, seine körperliche Fitness zu steigern. Jedoch werden von jedem Engagement und Aktivität erwartet und gerade der, der besonders „unfit“ ist, muss besonders viel Energie aufbringen, um sich in einen entsprechenden Leistungszustand zu bringen. Hier zeigt sich, dass zur Erlangung bzw. Bewahrung von Gesundheit nicht nur eine körperliche Fitness wichtig ist, sondern das mit dem Enga-

gement für den eigenen Körper auch das Bewusstsein für das eigene Selbst geändert werden muss. Die psychische Komponente ist für das gesundheitliche Wohlbefinden, aber vor allem auch für die im Sinne von Anpassungsfähigkeit wichtige geistige Flexibilität von großer Bedeutung.

Der Sportmediziner HOLLMANN (1995) definiert Fitness als

> „[...] einen Zustand guter psycho-physischer Bereitschaft zum Lösen einer bestimmten Aufgabe. Für die geistig und körperlich gesunde Bewältigung des Alltags wird ein Mindestmaß an Fitness benötigt".

HOLLMANN (1995) ist jedoch der Auffassung, dass es nicht mit einem Mindestmaß getan ist, sondern dass es sich mit einem Mehr an Fitness besser und vor allem länger leben lässt. (HOLLMANN 1995) Mit zunehmendem Alter nimmt die menschliche Leistungsfähigkeit – die Koordination und Flexibilität der Bewegung, Kraft und Ausdauer ab. Dieser Prozess setzt bereits ab dem 20. Lebensjahr ein. Werden entsprechende Maßnahmen ergriffen, lässt sich dieser physische und auch psychische Abbauprozess durch regelmäßiges, nach den Gesichtspunkten der Trainingslehre ausgerichtetem Training deutlich verlangsamen (HOLLMANN 1995).
Ähnlich wie BEUKER fordert auch HOLLMANN ein kontinuierliches Training, um die eigene Fitness aufrechterhalten zu können. Nur ein regelmäßiges, lebenslanges Sporttreiben ermöglicht es, die natürlichen, körpereigenen Abbauprozesse zu verlangsamen.
Wenn MARTIN in seiner Definition den Begriff Fitness näher beleuchtet, so stehen für ihn primär die konditionellen Grundeigenschaften im Vordergrund. MARTIN (1991) unterscheidet bei seiner Definition zwischen „Gesundheits-Training", das überwiegend eine

„Kompensationsfunktion bei Bewegungsmangel und deren Folgen“ hat und „Fitness-Training“ folgendermaßen:

> „Das Fitness Training ist dagegen auf Verbesserung der Leistungsfähigkeit und deshalb mehr mit dem Blick nach vorn und weniger rückblickend – wie das Gesundheitstraining – ausgerichtet. Es hat eher Präventions- und Leistungsverbesserungsfunktionen und unterscheidet sich sicherlich durch größere Trainingssystematik, Trainingshäufigkeit und größere Belastungsanforderungen vom Gesundheitstraining.“ (MARTIN 1991)

Anders als BEUKER und HOLLMANN unterscheidet MARTIN zwischen Gesundheitstraining und Fitnesstraining. Mit dem Begriff Fitnesstraining bringt er die Verbesserung der Leistungsfähigkeit und die Präventionsfunktion in Zusammenhang. Für ihn ist die Durchführung eines Trainings nach trainingsphysiologischen und trainingsmethodischen Aspekten von besonderer Bedeutung.

RÖTHIG (1992) wiederum definiert Fitness als „Training mit dem Trainingsziel der Verbesserung oder Erhaltung der motorischen Fitness“ und lässt hiermit eine Zielgerichtetheit erkennen, die auch in MARTINS „Blick nach vorn“ deutlich wird. RÖTHIG schlägt zudem vor, wie ein Fitness-Training aussehen sollte:

> „Als effektivstes Fitnesstraining mit geringerem Verletzungsrisiko wird ein drei- bis viermaliges Ausdauertraining pro Woche mit dem Ziel der Verbesserung der allg. Ausdauer, verbunden mit einer Kraft und Beweglichkeit (Gelenkigkeit) fördernden Gymnastik, empfohlen“.

RÖTHIG macht bei seiner Definition deutlich, dass nur ein Fitnesstraining mit dem entsprechenden Umfang und der entsprechenden Dauer sportlich sinnvoll erscheint. Hier spielt wieder die psychische Komponente mit hinein, denn ohne eine veränderte Lebensführung zugunsten eines auf die eigene Fitness ausgerichteten kontinuierlichen Trainingsplans lässt sich ein gezieltes Training nicht verwirklichen. Diese Umstellung im Lebensstil, vor allem aber auch im Tagesrhythmus, in dem eine fast tägliche Trainingseinheit integriert werden muss, lässt sich nur durch eine Bewusstseinsänderung langfristig bewerkstelligen.

Die oben beschriebenen Definitionen zeigen, dass die physische und auch die psychische Ebene mit dem Begriff Fitness in Zusammenhang gebracht werden. Sieht man einmal von den Grundelementen der Trainingslehre ab, so stellt sich zwangsläufig die Frage, wie und wo das Training bzw. die Fitnesssteigerung für den Einzelnen stattfinden soll. Stellt man zudem noch die Frage nach dem „wann“ und u.U. nach dem „mit wem“, so ergibt sich relativ deutlich, dass Fitnesstraining bzw. allgemein Sport eine oftmals auffallend soziale Angelegenheit ist. Die gesellschaftliche Umwelt ist für den Sportreibenden häufig von großer Bedeutung, zumal es zumeist leichter ist, in der Gruppe, zu zweit o.ä. die Energie und das Engagement aufzubringen, sich für seine eigene Fitness abzumühen. Die Motivation zum Sporttreiben kann aber auch den umgekehrten Weg nehmen, indem auf sozialer Ebene ein Wunsch nach gemeinschaftlicher körperlicher Betätigung entsteht, der zunehmend in ein verändertes Körper-, Gesundheits- oder/und Fitnessverständnis münden kann.

2.2.3 Die Entwicklung der Fitnessbewegung

Die eigentliche Fitnessbewegung hat ihre Ursprünge in den USA. In den zwanziger Jahren bestand in den Vereinigten Staaten eine große Nachfrage nach Leibeserziehern, die eine allseitige Ausbildung im Bereich Sport vorweisen und gleichzeitig auch in einer Sportart als Trainer fungieren konnten. Daraufhin wurde die AAPHER ("American Association for Health, Physical Education and Recreation") gegründet, die besonders im Bereich der Gesundheitserziehung und im Freizeitsport eine wichtige Funktion in den USA einnahm.

In den fünfziger Jahren alarmierten Publikationen amerikanischer Orthopäden über den unzureichenden gesundheitlichen Zustand der Bevölkerung (besonders im Bereich der muskulären Beanspruchung) sogar den damaligen Präsidenten Eisenhower. Von diesem Zeitpunkt an beschäftigte die Fitnessfrage die amerikanische Nation mehr und mehr, begleitet von zahlreichen Veröffentlichungen.

Der „Sputnik Schock" im Jahre 1957 sorgte für eine Überprüfung und ein Umdenken des amerikanischen Erziehungs- und Gesundheitssystems. Man erkannte, dass der sowjetische Vorsprung größtenteils auf einem systematisch ausgerichteten Bildungssystem beruhte. In den USA hingegen wurde primär lebensfern (theoretisch) ausgebildet. Unter Einbeziehung der AAPHER wurde beschlossen, von nun an auch die Leibeserziehung mit in den Erziehungsprozess einzubinden. Allein um das breitgefächerte Sportangebot der Universitäten finanzieren zu können, wurden Anfang der sechziger Jahre mehr als 2,2 Milliarden Dollar zur Verfügung gestellt (ANTONOVSKY 1979).

Ein erhöhtes öffentliches Interesse am Sport führte zu einem kontinuierlichen Aufschwung des Freizeit-/Breitensports sowie des Leistungssports. Ende der 60er und zu Beginn der 70er Jahre entstanden eine Vielzahl attraktiver Wettkampfstätten (u.a. der Madison Square Garden in New York und das Astrodom in Texas). In den USA begann das „Zeitalter der Freizeit". 1970 wurden mehr als vier

Milliarden Dollar für Freizeitgüter und Freizeitdienste ausgegeben. 14% des amerikanischen Volkseinkommens wurde für “Recreation“ (Freizeit und Erholung) ausgegeben. Auch im politischen Sektor blieb die Fitnesswelle nicht ohne Veränderungen. So wurde z.B. im Innenministerium ein “Bureau of Outdoor Recreation“ eingerichtet. Diese Maßnahme zeigt, wie stark die Fitnessidee in der Gesellschaft schon verankert war (vgl. ARNOLD 1991).
Immer mehr Menschen wollten Sport treiben, sie wollten sich und ihrem Körper etwas „Gutes“ tun. Der Fitnessboom hatte begonnen. Besonders in den späten 60er und Anfang der 70er Jahre wurden in den Vereinigten Staaten eine Vielzahl von öffentlichen Baseballfeldern, Fußballplätzen und Basketballfeldern eingerichtet, die dem immer größer werdenden sportlichen Interesse in der Bevölkerung Rechnung tragen sollten. So gehörte es auch schon fast zum alltäglichen Bild, dass sowohl junge als auch alte Amerikaner mit Freunden oder ihrer Familie einen Großteil ihrer freien Zeit mit sportlichen Betätigungen verbrachten.

Ein anderes sportliches Phänomen hat ebenfalls in dieser Zeit seine Anfänge in den USA: Das Jogging oder Joggen. Die 70er Jahre stehen ganz im Zeichen der Joggingbewegung. Jogging wird mehr und mehr zu einem “idealistischen“ und „kulturellen“ Phänomen – einem internationalen Begriff. Es kann gleichzeitig als eine der ersten Massensportarten herausgestellt werden, welche innerhalb kürzester Zeit Millionen von Menschen, anfangs hauptsächlich in den USA, dann jedoch schnell auch in anderen Ländern der Welt, in ihren Bann gezogen hat. Zudem ist Jogging darüber hinaus ein Teil der Fitnessbewegung. Es fungiert z.T. als „Einstieg“, da es ohne viel Aufwand betrieben werden kann und ist zugleich ein die Ausdauer fördernder Sport und die Verbesserung der Ausdauer ist, wie bereits erwähnt, ein wichtiger Faktor zur Erlangung einer körperlichen Fitness.

SCHULKE (1997) definiert Jogging als:

> „[...] Trainingsform (Ausdauer), bei der regelmäßig durch kontinuierliches Laufen (mind. 15 Min.) unter Vermeidung von Sauerstoffschuld (aerob) ein Erhalt oder eine Verbesserung des Herz-Kreislauf-Systems bewirkt wird (auch Prävention von Bewegungsmangelkrankheiten)."

Jogging als sportliche Aktivität kann als Wurzel des amerikanischen bzw. angelsächsischen Fitnesssports betrachtet werden und ist nach seiner Verlagerung nach Europa auch zu einem bedeutsamen Element der Fitnessbewegung in Deutschland geworden. Die Fitnessbewegung bereitet Jogging das Feld und schafft ein allgemeines Bedürfnis sowie eine Sensibilität bezüglich der Notwendigkeit von Fitness. Jogging wird zum „Jedermann-Sport", da es fast immer und fast überall betrieben werden kann.
In Deutschland erfährt die Joggingbewegung ebenfalls starken Zuspruch. Der DSB startet in den 70er Jahren im Rahmen der Laufbewegung die Aktion „Sport für alle – Trimm Dich durch Sport." Der DSB integriert die Joggingbewegung sowohl in seinen Breitensportprogrammen als auch im Sportangebot für Einzelpersonen. Soziale Integration auf der einen und Entfaltung individueller Möglichkeiten auf der anderen Seite sind hierbei die Ziele des DSB. Der DSB darf also als wichtiger Förderer der Fitnessbewegung betrachtet werden.

Joggen ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich populärer geworden und Joggen war eine durch alle soziale Schichten und Altersstufen verbreitete Sportart. Da Jogging zu den Ausdauersportarten gehört, ist es aus medizinisch-gesundheitlicher Sicht als eine wertvolle, sportliche, körperliche Betätigung anzusehen (vgl. BADTKE 1999).

Die zweite große „Fitnesswelle“, die aus den USA Deutschland erreicht, ist die Aerobicwelle, die von Anfang bis Mitte der 80er Jahre für einen neuen Fitnessboom sorgt. Die US-Schauspielerin Jane Fonda wird nicht nur in den USA, sondern weltweit als Werbesymbol für Aerobic eingesetzt. Über sie sollen besonders Frauen animiert werden, diesen „neuen“ Sport zu betreiben. Diese Kampagne stellt sich bald als sehr erfolgreich heraus. Der Zustrom und die Nachfrage nach Aerobic steigen zu Beginn der 80er Jahre fast unaufhaltsam an. Die Zeitschrift „DER SPIEGEL“ berichtet in seiner Januarausgabe 1983 über diese sog. „Aerobicwelle“:

> „In den Großstädten und der Provinz ertüchtigen sich Zehntausende durch Aerobic. Überall wurde das Fitness-Fieber zum Gesprächsstoff.“ (SPIEGEL 1983)

Die Aerobicfaszination bedeutet auch für die in der damaligen Zeit noch wenig bekannten Fitnessstudios in Deutschland einen Boom. In den Jahren 1980 – 1985 entstehen beinahe 2000 neue Studios in Deutschland (vgl. DEUTSCHER SPORTSTUDIOVERBAND 2000). Fitnessstudios erfahren eine Hochkonjunktur und etablieren sich langfristig in der deutschen Sportlandschaft.

2.2.4 Fitnessstudios heute

Vor mehr als 25 Jahren wurden in Deutschland die ersten kommerziellen Fitnessstudios eröffnet. Der erste Athletenclub wurde jedoch bereits 1879 in Hamburg gegründet. 1882 folgten Clubs in Köln und Frankfurt. Im Jahre 1893 existierten bereits mehr als 50 Clubs mit über 1.300 Mitgliedern. Bis zu Beginn des 2. Weltkrieges war die Zahl der Athletenclubs bereits auf über 850 gestiegen, deren Mitgliederzahl mit ca. 121.000 beziffert wurde (BREDENKAMP 1990). Der

2. Weltkrieg und die Nachkriegszeit hemmten diese Entwicklung erheblich. Es dauert viele Jahre bis Anfang der 50er Jahre neue „Clubs“ gegründet und von Mitgliedern angenommen wurden.
1955 wird in Schweinfurt das erste Fitnessstudio eröffnet. BREDENKAMP (1990) spricht in diesem Zusammenhang noch von einem „Sportstudio“. Die Unterschiede zwischen „Fitnessstudio“ auf der einen und „Sportstudio“ auf der anderen Seite werden von BREDENKAMP jedoch nicht näher definiert.
Die ersten kommerziellen Fitnessstudios hatten ihren Ursprung im Budosport (Kampfsport) und im Bodybuilding. Die Kommerzialisierung der Budosportarten brachte eine permanente Weiterentwicklung der Fitnessstudios mit sich. In den 60er und 70er Jahren wurden besonders in den Großstädten und deren Peripherie Fitnessstudios gegründet. Im Jahre 1980 gab es in Deutschland bereits ca. 1000 Fitnessstudios mit etwa 370.000 Mitgliedern. (DEUTSCHER SPORTSTUDIO VERBAND e.V. 2000). Ein Grund für die immer größer werdende Nachfrage nach Sport in Fitnessstudios ist die zuvor erwähnte Aerobicfaszination. Die Ausübung dieser Sportart bedarf entsprechender Räumlichkeiten und gleichzeitig wird durch entsprechende Werbung suggeriert, dass eine angenehme Atmosphäre ebenso wie ein qualifizierter Trainer dazu gehören. All dies bieten die damals neu eröffneten Fitnessstudios. Sie haben somit gegenüber den Vereinen, die aufgrund ihrer in der Regel recht unflexiblen Strukturen nicht in der Lage sind, sich der aktuellen Kundennachfrage entsprechend anzupassen, entscheidende Vorteile, denn sie sind genau auf die durch gezielte Werbestrategien geweckten Bedürfnisse zugeschnitten.

Gleichzeitig werden auch die Angebote und Dienstleistungen der Studios immer wieder verbessert bzw. erweitert. Viele Studios errichten einen eigenen Kommunikationsbereich, in dem die Kunden sich

unterhalten oder Fitnessdrinks und Fitnesskost, wie z.B. Eiweißmilchshakes und Energieriegel, zu sich nehmen können. Ein Sauna- und Solariumsbereich gehört bei vielen Studios ebenso, wie auch der Verkauf von Sportbekleidung, mit dazu.
Von 1985 bis 1990 nimmt die Akzeptanz der Fitnessstudios in der Bevölkerung rasant zu. In diesem Zeitraum werden allein mehr als 2000 neue Studios eröffnet. Am Ende des Jahres 1990 existieren bereits mehr als 4100 Fitnessstudios in Deutschland. Bis zum Jahr 2000 hat sich diese Zahl auf mehr als 6500 Studios erhöht (vgl. DSSV 2000). Das Wachstum in der Branche scheint ungebrochen zu sein. Angaben des DSSV zufolge wird die positive Entwicklung der Fitnessbranche auch in den kommenden Jahren anhalten. Bis zum Jahr 2005 werden nach einer Prognose des DSSV zufolge ca. 7 Millionen Mitglieder in über 7000 Anlagen trainieren. Das entspricht einer Quote von 8,75% der Gesamtbevölkerung (DSSV 2000).

Von den Ursprüngen des Bodybuildings, die die ersten Jahre der Fitnessstudios in Deutschland geprägt haben, ist in den heutigen Studios nicht mehr viel zu spüren. Das moderne Fitnessstudio der 90er Jahre hat sich in relativ kurzer Zeit den neuen Schwerpunkten wie z.B. Cardiotraining, Problemzonentraining und Gruppentraining zugewandt, und so dazu beigetragen, dass die kommerziellen Fitnessanbieter die unterschiedlichen Bedürfnisse ihrer Kunden erfüllen können. Fitnessstudios sind heutzutage aus der Sportlandschaft nicht mehr wegzudenken, da sie durch viele Faktoren struktureller und inhaltlicher Art eine Marktlücke geschlossen haben.
Abbildung 4 zeigt die Entwicklung der Fitnessstudios während der letzten 20 Jahre (1980-2000). Die Grafik verdeutlicht, dass mit Beginn der Aerobicwelle zu Beginn der 80er Jahre die Zahl der Studios sprunghaft ansteigt. Mit der Wiedervereinigung der beiden geteilten deutschen Staaten im Jahr 1990 ist ein erneuter signifikanter Anstieg

bei der Neugründung von Studios zu verzeichnen. Das Wachstum ist in der Branche in den 90er Jahren kontinuierlich positiv. Besonders die Jahre 1990 bis 1995 profitieren von den hohen Investitionen, die in den neuen Bundesländern im Bereich Fitnessstudios getätigt werden. In der zweiten Hälfte der 90er Jahre verlangsamen sich die Neugründungen von Studios etwas. Auffällig ist der große Zuwachs von Studios von 1999 bis 2000. In nur einem Jahr werden mehr als 400 neue Studios gegründet. Gründe hierfür sind neue Trends, die hauptsächlich in dem Bereich des Kursangebots aufgenommen wurden und bei vielen Neugründungen andere Schwerpunktbildungen ermöglichen. Dies sind u.a. Kurse wie „Thai Yoga“, „Body Wellness“, „Spinning“, „Pump“ oder „Cheerobics“.

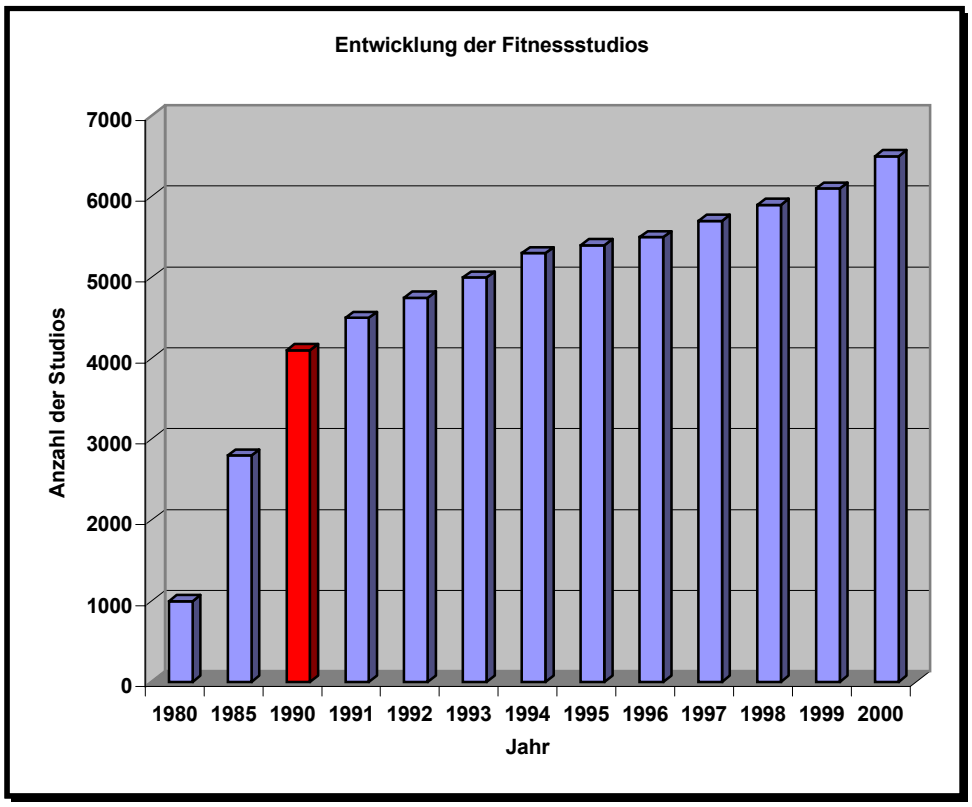

Abbildung 4: Entwicklung der Fitnessstudios in Deutschland von 1980 bis 2000 (DSSV 2000)

Nahezu analog zu der Entwicklung der Fitnessstudios haben sich auch deren Mitgliedszahlen entwickelt. Von Beginn bis Ende der 80er Jahre steigen die Mitgliedszahlen von unter 400.000 auf über 1,5 Millionen an. Nach der Wiedervereinigung ist der Mitgliederzuwachs im Vergleich zu den Neugründungen der Studios verhältnismäßig gering. So ist in den Jahren 1990 bis 1992 ein Mitgliederzuwachs von „nur“ 300.000 zu verzeichnen. In den Folgejahren wird dieses zunächst recht langsame Wachstum kompensiert. Von 1992 bis 1994 steigt die Mitgliederzahl um mehr als 1,2 Millionen. Eine höhere Akzeptanz, besonders auch in den neuen Bundesländern, und ein gesteigertes Gesundheitsbewusstsein sind hier die Gründe. (vgl. DSSV 1998). Bis zum Ende der 90er Jahre steigt die Zahl der Mitglieder kontinuierlich zwischen 150.000 und 300.000 jährlich an. Im Jahr 2000 waren mehr als 4,5 Millionen Deutsche in einem Fitnessstudio als Kunde registriert (vgl. DSSV 2000).
Abbildung 5 zeigt die Mitgliederentwicklung in deutschen Fitnessstudios in den Jahren 1980 bis 2000.

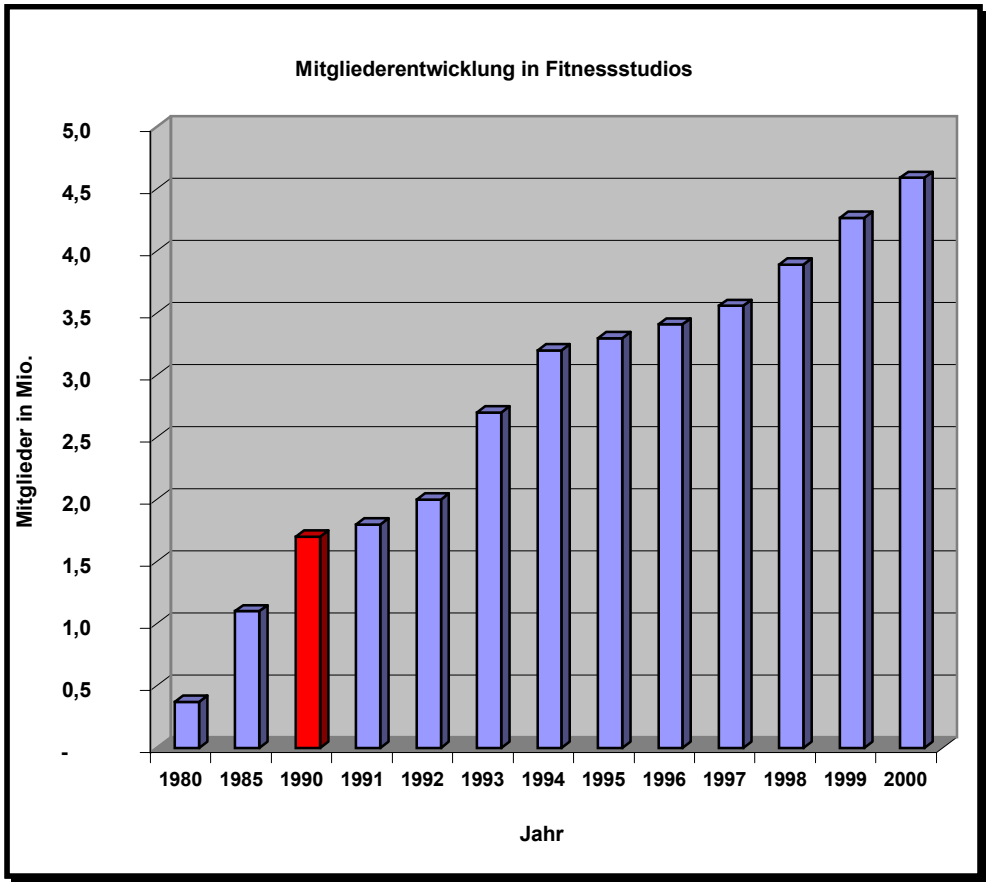

Abbildung 5: Entwicklung der Mitgliederzahlen in Fitnessstudios von 1980 bis 2000 (DSSV 2000)

Die Anzahl der Mitglieder pro Studio hat sich ebenfalls in den vergangenen 10 Jahren annähernd verdoppelt. Für den Zeitraum von 1980 bis 1990 liegen in diesem Bereich keine Zahlen vor, es ist aber zu vermuten, dass die Studios während dieser Zeit deutlich unter 400 Mitgliedern hatten. Ein signifikanter Anstieg ist in den Jahren 1993 bis 1994 zu festzustellen. Dieser ist auf den sprunghaften Anstieg der Mitgliederzahlen in dem gleichen Zeitraum zurückzuführen. Ansonsten weist der Mitgliederzuwachs pro Studio ein gleichmäßiges, kontinuierliches Wachstum auf.

Abbildung 6 zeigt die durchschnittliche Mitgliederzahl pro Studio in den Jahren 1990-2000.

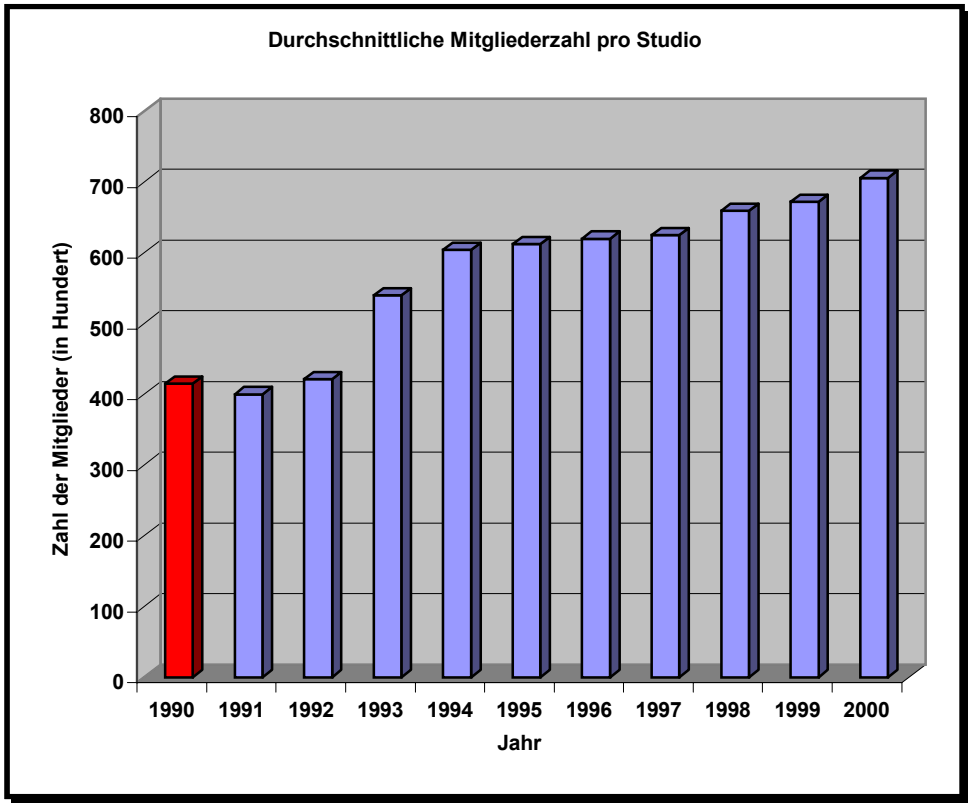

Abbildung 6: Durchschnittliche Mitgliederzahl pro Studio (1990-2000) (DSSV 2000)

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass die Fitnessbranche einer rasanten Entwicklung unterliegt. In nur 25 Jahren haben sich kleine, unscheinbare Studios zu modernen Fitness- und Freizeitanlagen entwickelt. Wie in vielen anderen Bereichen des Sports nahmen die USA auch hierbei eine Vorbildfunktion ein. Die Schaffung eines neuen Wirtschaftszweiges im Bereich des Fitnesssports und der Fitnessstudios ging mit diesem Wachstum einher. Die Fitnessstudios sind als Teil der Fitnesswirtschaft Anbieter einer Dienstleistung, langfristig haben sie aber nur dann eine Marktchance, wenn sie kundenorientiert und wirtschaftlich arbeiten.

Auch die Mitglieder der Studios haben sich in den vergangenen 20 Jahren signifikant verändert. Waren es früher primär Männer, die sich in den Studios mit Lang- und Kurzhanteln quälten, so ist das

moderne Studio des 21. Jahrhunderts ein Dienstleistungsbetrieb, in dem beide Geschlechter eine Vielzahl von Sportarten und Kursen auswählen können und diese auch ausprobieren können.

2.2.5 Die Zukunft von Verein und Fitnessstudio

Spätestens seit Mitte der 60er Jahre wird die Sportentwicklung in der Bundesrepublik Deutschland durch Fitnessaktivitäten entscheidend geprägt (vgl. z.B. KURZ 1986). Dies belegen u.a. Umfragen zur Sportpartizipation Erwachsener, bei denen Fitnessaktivitäten seit langem regelmäßig an der Spitze stehen (vgl. z.B. BÄSSLER 1989; FORSA 1986; OPASCHOWSKI 1986). Neben den im allgemeinen außerhalb eines institutionellen Rahmens ausgeübten Ausdaueraktivitäten, wie Schwimmen, Joggen, Radfahren und Wandern, haben insbesondere in den letzten zehn Jahren Fitnessaktivitäten in Kursform einen enormen Zulauf erfahren. Besonders gefragt sind dabei solche Angebote, die explizit auf Fitness, Schlankheit, sportliches Aussehen, Wohlbefinden und ähnliche, im weitesten Sinne gesundheitsbezogene, Attribute abzielen und die unter immer neuen Bezeichnungen von einer ständig zunehmenden Zahl unterschiedlichster Institutionen angeboten werden (vgl. z.B. K. DIETRICH 1990). Neben klassischen Aerobickursen sind Trendsportarten wie z.B. „Spinning“, „Free Climbing“ oder „Thairobic“ zur Zeit sehr beliebt bei den Kunden. Dabei sind es vor allem die bislang inaktiven Erwachsenen, die sich durch solche Angebote wieder sportlich aktivieren und etwas für ihre Gesundheit tun wollen (vgl. z.B. ABELE/BREHM 1990). Als Erklärungen für diesen Fitnessboom und die große Nachfrage nach Fitnesskursen werden ein Wandel der Sinngebungen sportlicher Aktivität (vgl. KURZ 1986), eine neue Hinwendung zum Körper (z.B. MRAZEK/RITTNER 1986) sowie ein gesellschaftlicher Wertewandel, der sich auch auf den Bereich des Sports auswirkt

(z.B. DIGEL 1986), angeführt. Nicht nur moderne Fitnessstudios, sondern auch Sportvereine können von der Nachfrage nach gesundheitsorientierten Sportkursen profitieren. Eine hierdurch entstehende Konkurrenz zwischen Studio und Verein würde für die Kunden größere Wahlmöglichkeiten bieten und gleichzeitig den Wettbewerb positiv beleben.

Die Erfahrungen der letzten Jahre zeigen aber auch, dass Fitnessprogramme häufig sehr einseitig auf eine Verbesserung der körperlichen Leistungsfähigkeit ausgerichtet sind und die Auswahl der Übungen vielfach ausschließlich unter einer engen physischen Gesundheitsperspektive erfolgt. Möglicherweise liegt hierin auch ein ganz wesentlicher Grund für die sehr hohen Aussteigeraten in Fitnesskursen. So gibt in der Regel etwa die Hälfte aller Einsteiger spätestens nach etwa sechs Monaten die sportliche Aktivität wieder auf. Besonders hohe Dropout-Raten sind dabei in Rehabilitationskursen bzw. in Kursen mit einer starken Beschwerdenorientierung festzustellen. Unter den Aussteigern sind dabei wiederum jene besonders häufig vertreten, die eine sportliche Aktivierung unter gesundheitlicher Perspektive eigentlich am nötigsten gehabt hätten, also z.B. Übergewichtige, Raucher, Kurzatmige oder Gestresste (vgl. z.B. BREHM/PRAHMEIER 1990; DISHMAN 1992; OLDRIDGE 1984). Zumindest für diesen Personenkreis werden die Chancen einer Förderung der Gesundheit, die ein Fitnesstraining eigentlich beinhalten könnte, verspielt. Wünschenswert wäre also eine langfristige Anbindung der Teilnehmer an den jeweiligen Fitnesskurs. Nur so lassen sich Adaptationen im Organismus des Einzelnen erreichen. Werden diese positiven Adaptationen von den Teilnehmern erkannt, so ist auch zu erwarten, dass sie auch dauerhaft am Kurs teilnehmen werden. Nur wenn die Teilnehmer solcher Kurse Spaß an „ihrem“ Sport an „ihrer“ Bewegung haben, werden sie wiederkommen bzw. den Sport weiter fortführen. Eine individuelle, persönliche Betreuung kann

jedoch nur gewährleistet werden, wenn das Studio bzw. der Verein die Kurse auf eine für den Trainer überschaubare Größe auslegt. Rehabilitationskurse mit 20 oder mehr Teilnehmer sind normalerweise nur wenig sinnvoll, da weder eine individuelle Korrektur noch ein persönlicher Kontakt zwischen Trainer und Teilnehmer möglich sein wird. Eine gezielte Betreuung ist aber ein nicht unerheblicher Kostenfaktor. Hier wiederum liegt ein nicht zu unterschätzender Vorteil der Studios, die aufgrund ihres „höheren" finanziellen Budgets eher als Vereine in der Lage sind, einen solchen Service für ihre Kunden durchführen zu können. Andererseits können die Vereine ihren Vorteil der „gemeinschaftlichen Aktivität" gerade für die „Abbruchkandidaten" nutzen und die oben bereits erwähnte soziale Komponente des Sports ausnutzen. Die Einbettung des kontinuierlichen Trainings in den Alltag und der damit einhergehende Bewusstseinswandel gelingt unter Gleichgesinnten, mit denen u.U. auch andere Aktivitäten absolviert werden können, leichter.

Im Sinne einer möglichst umfassenden und langfristigen Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden muss ein Fitnesstraining über eine Verbesserung der physischen Gesundheit hinaus weitergehend auch auf eine Förderung der psychischen Gesundheit, eine Ausbildung von sport- und gesundheitsbezogener Handlungskompetenz sowie eine möglichst langfristige Bindung an sportliche Aktivität abzielen. Insbesondere das Problem der Ausbildung und Vermittlung von Handlungskompetenz ist jedoch im Rahmen von gesundheitsorientierten sportlichen Aktivierungs- bzw. Fitnessprogrammen bislang noch kaum diskutiert und bei der Planung, Durchführung und Evaluation entsprechender Programme allenfalls in Ansätzen berücksichtigt worden. Dies führt zu der Problematik, dass es neben der sportlichen Aktivierung des Einzelnen noch viele Leerstellen in der anzustrebenden Änderung der Lebensführung gibt. Doch ohne begleitende Maßnahmen wie z.B. einer Ernährungsumstellung, wird es deutlich

schwerer, kurz- und mittelfristige Effekte zu erzielen, die das Dabeibleiben erleichtern.

Für die modernen Fitnessstudios und Sportvereine der heutigen Zeit bedeutet dies, dass sie diesem Anspruch nur gerecht werden können, wenn das Personal über eine entsprechende Ausbildung sowohl im sportlichen als auch im sozialen Sektor verfügt. Der Kunde muss spüren, von einem fachlich versierten Trainer betreut zu werden, der gleichzeitig auch über die entsprechenden sozialen Handlungskompetenzen verfügt. Längerfristig betrachtet werden nur solche Studios und Vereine ihre Kunden an sich binden können, die entsprechend geschultes Personal bereithalten (vgl. DIETRICH 1988).

2.3 Die soziale Rolle des Sports

Menschen aus allen Teilen der Gesellschaft treiben aus den unterschiedlichsten Motiven Sport. Was jedoch bewegt sie, gerade „diesen“ Sport auszuüben und nicht einen anderen? Warum entscheiden sie sich, einem Fitnessstudio oder einem Sportverein beizutreten und nicht etwa Golf oder Fußball zu spielen? Aus welchem „sozialen Umfeld“ entstammen diese Sportler? Trifft es auch heute noch zu, dass Golf ein Sport der „Besserverdienenden“ ist und ist Fußball noch ein Sport für die „Arbeiterklasse“?

Vielfältige soziale Faktoren führen zum jeweiligen Sport. Das Elternhaus, der Freundeskreis, die Angebotsvielfalt des Vereins/Studios, der Gesundheitsaspekt und die monatlichen Beiträge sind bedeutende Komponenten, die bei der Wahl einer Sportart oder eines Sports eine entscheidende Rolle spielen. Zugleich ist Sport aber auch ein wichtiger Sozialisationsfaktor. Oftmals erwächst aus der sportlichen Aktivität ein Freundeskreis, aber auch eine Gliederung des Alltags bzgl. Terminen u.ä. Sport initiiert soziale Prozesse und ist zugleich ein wichtiger sozialer Prozess, besonders in der heutigen freizeitorientierten Gesellschaft. Deshalb soll zunächst der Begriff „Sozialisation“ definiert werden.

Der Soziologe SCHMIDT (1978) versteht Sozialisation als

> „Die Lehre von den Formen und Veränderungserscheinungen des Zusammenlebens von Menschen sowie Tieren und Pflanzen. Sie ist die Wissenschaft vom Sozialen, sei es als allgemeine, grundlegende Sozialwissenschaft, oder als Einzelwissenschaft; sie umfasst als System die sozialen Gebilde und die sozialen Prozesse. Sie untersucht also die ganze Vielheit der Gemeinschafts- und Gesellschaftsbildung, ihre Ursachen, Formen, Entwicklungen, ihr Werden und Vergehen.“

Für das Handlungsfeld des Sports bedeutet Sozialisation folgendes: Sozialisation im Sport ist immer von den jeweiligen Werten, Normen und Rollenerwartungen abhängig, die im Sport erlernt werden. Je nachdem, welche Handlungsvorgaben der Sport zur Verfügung stellt, kann der Sport zur Normenkonformität, Leistungs- und Wettkampforientierung ebenso beitragen wie zur Normenreflexibilität, Hedonismus oder Kooperation. Die Sportinteressen des einzelnen, seine persönlichen Vorlieben, Wünsche und Hoffnungen werden stets von den sozialen Kreisen (Gruppen) mitbestimmt, denen er angehört. So haben z.B. die soziale Schichtung, das Geschlecht, die Familie, peer groups, die Schule u.a. einen gravierenden Einfluss auf die Sozialisation zum Sport und somit auf das Sportengagement (vgl. SCHMIDT 1978).

2.3.1 Soziale Schichtung

Soziale Schichtung und Sportinteresse stehen in einer engen Verbindung zueinander. Die unterschiedlichen ökonomischen Lebensbedingungen von Unter-, Mittel-, und Oberschichtangehörigen bedingen offenbar unterschiedliche Verhaltens-, Einstellungs- und Orientierungsmuster, die zu einem differenzierten sportlichen Engagement beitragen. So ist die sog. Ober- und Mittelschicht im Sport grundsätzlich präsenter, aktiver und dominanter als die sog. Unterschicht (HEINEMANN 1998) (vgl. Kapitel 3). Die Beteiligung im Sport im Vergleich zum Zuschauen steigt generell mit dem sozialen Status. Hochleistungssportler entstammen zumeist um so eher einem Elternhaus mit überdurchschnittlichem Einkommen, je höher die sportliche Leistung ist. Während Sportarten wie Golf, Reiten, Segeln oder Polo von den oberen Sozialschichten überrepräsentativ betrieben werden, gewinnen Sportarten wie Boxen, Ringen, Gewichtheben oder Fußball mit abnehmendem sozialen Status an Bedeutung. Ange-

hörige der oberen sozialen Schichten neigen außerdem stärker zu Individualsportarten sowie zu Sportarten, die einen gemäßigten körperlichen Einsatz verlangen. Ferner versuchen sie, die von ihnen bevorzugten Sportarten durch materielle Barrieren (Vereinsbeitrag) sowie durch Paten- bzw. Bürgschaften nach unten abzugrenzen. Die unteren Schichten neigen hingegen eher zu Mannschaftssportarten sowie zu Sportarten, die Körperkontakt, physische Kraft und Härte erlauben (vgl. HEINEMANN 1998).

Weitere Faktoren, die das Sportengagement stark beeinflussen, sind die Art des Schulabschlusses und der Familienstand (vgl. Kap. 2.3.3). So muss zum einen ein (bei unteren Sozialschichten in der Regel) früherer Schulabschluss mit den anschließenden höheren zeitlichen Belastungen der beruflichen Ausbildung und beruflichen Arbeit fast zwangsläufig zu einem stärkeren Rückgang des Sportengagements führen. Zum anderen hat eine Eheschließung in der Regel eine massive Abnahme das Sportengagements zur Folge. Da das Heiratsalter in unteren Sozialschichten (vor allem bei Frauen) niedriger ist als das Heiratsalter in oberen Sozialschichten (vgl. STATISTISCHE BUNDESAMT 2000), tragen diese Veränderungen im persönlichen Lebensbereich ebenfalls zur Erklärung schichtenspezifischer Unterschiede des Sportengagements bei.

Die schichtenspezifischen Unterschiede im Sportengagement können nicht durch einen Faktor allein erklärt werden; vielmehr wirken Unterschiede in den wirtschaftlichen Möglichkeiten, Einflüsse der Biographie, die die Einstellung zum Sport (z. B. durch den Schulunterricht) prägen und verschieden geartete Wert- und Deutungsmuster des Körpers zusammen. Schließlich führen kulturelle Wertorientierungen und Sozialisationsbedingungen, die sich u.a. im sozialen Habitus niederschlagen, dazu, dass Mitglieder verschiedener sozialer Schichten den Anforderungen im Sport und in seiner Organisation unterschiedlich gerecht werden können.

2.3.2 Die Geschlechterrolle

Auch die spezifischen Sozialisationsbedingungen der Geschlechter wirken sich im Sport unterschiedlich aus. Generell werden Mädchen viel weniger auf den Sport hin sozialisiert als Jungen. Der Mädchen-/Frauensport ist traditionell auf Gymnastik, Tanz und Turnen festgelegt, auf Sportarten also, die rhythmische Aktivitäten und emotionale Ausdruckfähigkeit in den Vordergrund stellen. Häufiger nehmen Mädchen/Frauen an breiten- bzw. gesundheitssportlichen Bewegungsaktivitäten teil, die einen gemäßigten körperlichen Einsatz verlangen, wie z.B. Schwimmen, Radfahren, Wandern oder Skifahren (vgl. DEUTSCHER SPORTBUND 1999). Der Jungen-/Männersport ist auch in der heutigen Zeit noch mehr auf den konkurrenzbetonten Wettkampfsport sowie auf sogenannte c-g-s (Zentimeter-Gramm-Sekunde)-Sportarten ausgerichtet, die Robustheit, Leistungsfähigkeit und Durchsetzungsvermögen erfordern. Gewinner und Verlierer werden hierbei hervorgehoben sowie ein Lernen von leistungsoptimierenden Bewegungstechniken favorisiert. Im organisierten Sport sind Frauen traditionell stark unterrepräsentiert (vgl. Kap. 3 LSB) sowie in Führungspositionen von Verein und Verband weit schwächer vertreten als Männer. Dies hat u.a. zur Folge, dass das Sportangebot in den Vereinen weniger dem Handlungspotential von Mädchen/Frauen entspricht als dem von Jungen/Männern. Allerdings macht sich auch im Sport die partielle Uminterpretation der traditionellen Geschlechterrollen in unserer Gesellschaft bemerkbar. Heute treiben Mädchen/Frauen vermehrt und in mehr Sportarten Sport als noch vor 20 Jahren. Es wird ihnen eher zugestanden, zu leisten und zu wetteifern, sie finden ihre Interessen in den Vereinen stärker berücksichtigt und ihre Mitgliedschaft im organisierten Sport ist sprunghaft angestiegen. Umgekehrt wird jungen Männern heute eher gewährt, emotional-ästhetische Qualitäten im Sport zum Ausdruck zu bringen als früher. Insgesamt haben sich die Verhältnisse aber nicht grundle-

gend geändert: Nach wie vor ist die Welt des Sports überwiegend eine Männerwelt - zum Nachteil der Frauen (vgl. PFISTER 1983; BÄSSELER 1990).

2.3.3 Familie und Sport

Gewöhnlich ist die Familie die erste und gleichzeitig wichtigste Sozialisationsinstanz für das Kind. In der Familie wird das Fundament für die soziale Formung des Menschen und die gesamte weitere Persönlichkeitsentwicklung gelegt. Damit kommt der Familie eine herausragende Bedeutung für die Sozialisation zum Sport zu. Ihre Vorbildfunktion beeinflusst das Interesse der Heranwachsenden für oder gegen den Sport nachhaltig. Je positiver Eltern daher sportliche Aktivitäten bewerten, selbst Wettkampfsport betreiben oder betrieben haben, sich mit den Kindern sportlich betätigen, Mitglieder eines Sportvereins sind, Sportveranstaltungen besuchen oder/und in den Massenmedien verfolgen, um so größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass sich bei den Kindern eine positive Sporteinstellung herausbildet. Dabei spielt offensichtlich der Vater eine weit wichtigere Rolle als die Mutter, worin nicht zuletzt die unterschiedliche Bereitschaft zur sportlichen Aktivität von Jungen und Mädchen begründet ist (vgl. BAUR 1991).

2.3.4 Sport und Ökonomie

Das schichtenspezifische Sportengagement hängt von unterschiedlichen wirtschaftlichen Möglichkeiten, aber auch von der Zeitsouveränität einzelner sozialer Schichten ab. Segeln, Golf, Tennis und Polo sind nur jenen möglich, die die hohen Kosten für Ausrüstung und Ausübung tragen können. Die Teilnahme am Sport bedeutet außerdem, dass man genügend Zeit zur Verfügung hat bzw. über seine

Zeiteinteilung frei verfügen kann. So haben vor allem die Wohlhabenderen in der Regel mehr Möglichkeiten, Sportarten auszuüben, die teuer sind und „viel“ Zeit in Anspruch nehmen.
Einen Beleg dafür liefern die empirischen Befunde von OPASCHOWSKI (1986), der in einer Untersuchung die Diskrepanzen zwischen Wunsch und Wirklichkeit im Freizeitsport erhoben hat. Bei jenen Sportarten, die nur einen geringen Geld- und Trainingsaufwand erfordern, liegen Wunsch und Wirklichkeit nicht weit auseinander, je teurer die Ausübung einer Sportart, um so größer wird diese Diskrepanz. „Traumsportarten“ sind aber zugleich jene Sportarten, die häufiger von oberen Sozialschichten praktiziert werden, für die anderen müssen sie oftmals ein Traum bleiben. Besonders aber die zunehmende Informationsvielfalt, vor allem auch resultierend aus einer z.T. aggressiven Werbung, die auch speziell Jugendliche ansprechen soll, fördert den Wunsch, auch an den eigentlich nicht finanzierbaren „Traumsportarten“ zu partizipieren.
Die vor allem durch Einkommen, Beruf, Bildung und soziales Prestige geprägte soziale Schichtung ist nach wie vor eine bestimmende Größe für Umfang und Art des Sportengagements. Diese schichtenspezifische Differenzierung des Sportengagements ist nicht allein durch das unterschiedliche verfügbare Einkommen und durch Unterschiede in der Biographie erklärbar. Auch die kulturelle Herkunft und Stellung in der Gesellschaft sind ungleich verteilt. Dennoch ist eine zunehmende „Umschichtung“ zu bemerken und die Grenzen zwischen den einzelnen Gesellschaftsschichten werden immer stärker verwischt, obgleich sie durchaus noch vorhanden sind (HEINEMANN 1998).

Aus dieser Struktur des Sportengagements werden in der Literatur folgende Schlussfolgerungen gezogen: Je neuer eine Sportart, um so höher ist die soziale Position, die jene besitzen, die diese Sportart

zunächst ausüben; je größer die Bedeutung der individuellen Leistung, um so höher ist der soziale Status derer, die sich dieser Sportart zuwenden; deutliche schichtenspezifische Differenzierungen ergeben sich dabei bei Mannschaftssportarten. Während Fußball eher von Angehörigen der Unterschicht und der unteren Mittelschicht bevorzugt wird, finden etwa Handball und Volleyball eher Anhänger bei Mitgliedern der Mittelschicht; je stärker eine Sportart Körperkontakt erfordert, um so niedriger ist die Schichtenzugehörigkeit der Sportler, während Mitglieder aus oberen Sozialschichten eher Sportarten betreiben, die einen geringeren Körperkontakt erforderlich machen (RITTNER 1991).

Die Befunde zu Formen des schichtenspezifischen Sportengagements lassen vermuten, dass die Erwartung, über den Sport könne eine soziale Integration erreicht, zumindest aber im Sport Schichtengrenzen überwunden werden, unbegründet ist. Sport reproduziert zumeist die (relative) Geschlossenheit sozialer Schichten. Dies zeigt sich sowohl bei den Mitgliedsstrukturen der Vereine als auch bei denen der Studios (vgl. Kap. 3).

2.3.5 Das „Gut“ Gesundheit

Mit der Entwicklung des Wirtschaftssystems zum Industriekapitalismus ging eine zunehmende Technisierung einher, in deren Folge ein Rationalisierungsprozess eingesetzt hat, mit dem Ziel eine höhere Produktivität sowie eine bessere Kapitalanwendung in der Industrie zu schaffen. Aus dieser Zielsetzung erwachsen erhebliche Veränderungen für den einzelnen Menschen. Zum einen sind die bereits angesprochenen positiven Auswirkungen dieser Entwicklung, wie ein erhöhter Lebensstandard, wachsender Konsum, Arbeitserleichterungen und vor allem vermehrte Freizeit für Jedermann, zu nennen. Andererseits hat der Industrialisierungsprozess ebenso auch große

Probleme geschaffen, so beispielsweise die körperliche Inaktivität und den Bewegungsmangel beim Arbeitsablauf. Das Bild wird komplettiert durch den psycho-sozialen Stress aufgrund der emotionalen Verarmung am Arbeitsplatz sowie einer überreizten Umwelt.

Dieser Komplex aus Inaktivität, Lebensführung, Umwelt- und Arbeitsbedingungen bereitet den Boden für die Entstehung der heutigen Zivilisationskrankheiten. Dazu zählen Erkrankungen des Bewegungsapparates, psychische Störungen, Diabetes, Hypertonie, Fettstoffwechselstörungen sowie Herz-Kreislauf-Erkrankungen. Diese sog. Zivilisationskrankheiten haben bei den Menschen zu einem flächendeckenden Gesundheitsbewusstsein geführt. Da die oben angeführten Zivilisationskrankheiten in großem Maße von der individuellen Lebensweise abhängen, sind sie dementsprechend auch subjektiv beeinflussbar, so dass die Gefahr einer etwaigen Erkrankung mit Hilfe einer gesunden Lebensführung drastisch reduziert werden kann. Die Einsicht, dass die Verantwortung für Gesundheit und Krankheit beim einzelnen liegt, hat die Nachfrage nach Gesundheit und gesundheitssichernden Aktivitäten erhöht (vgl. BADTKE 1999; RITTNER 1991).

3. Befragung

3.1 Methodik

Im Vorfeld der eigentlichen Befragung in den Fitnessstudios wurden in den Universitätsbibliotheken Düsseldorf, Köln und Bochum sowie über das Internet Nachforschungen zu den Themen Fitness, Fitnessstudios und Mitgliederstrukturen des Deutschen Sportbundes durchgeführt.

Durch Besuche und ausführliche Gespräche wurde der Kontakt zu den für die Mitgliederbefragung ausgewählten Studios in Viersen hergestellt. Erste mündliche Gespräche mit Mitgliedern und Trainern führten zu einem differenzierten Profil des Fragebogens und erschlossen zudem Aspekte der praktischen Durchführung der Befragung.

Der zweite Teil der Recherchen setzte seine Schwerpunkte auf Gespräche mit Vertretern des Landessportbundes NRW und des Stadtsportbundes Viersen. Der Analyse der statistischen Daten des LSB folgte abschließend die Auswertung der demografischen und soziokulturellen Daten der Bevölkerung der Stadt Viersen.

3.1.1 Allgemeine Daten und Struktur

Im Rahmen einer gezielten personellen Befragung wurden 1492 Mitglieder dreier Viersener Fitnessstudios befragt

Im folgenden werden die Ergebnisse der Untersuchung in den Fitnessstudios der Stadt Viersen grafisch und tabellarisch dargestellt. Anschließend werden die demografischen Daten der Stadt Viersen sowie statistische Daten des Landes Sport Bundes (LSB), die sich auf die Bevölkerung der Stadt Viersen beziehen, aufgezeigt. Alle Ergebnisse werden geschlechtsspezifisch getrennt aufgeführt.

3.1.2 Planung und Auswahl der Fitnessstudios

Im Vorfeld der Untersuchung wurde eine Auswahl von drei Fitnessstudios getroffen. Die Befragung der Mitglieder erfolgte über festgelegte Kriterien in schriftlicher Form mit Hilfe eines Fragebogens (s. 3.1.3 u. 3.1.4). Es wurden die drei größten Fitnessstudios der Stadt Viersen ausgewählt. Im einzelnen sind dies:

- CLUB MOBILE SPORTSTUDIOS
- LIFE SPORTS
- LIFE TIME FITNESS

Neben diesen Studios gibt es nur noch ein weiteres kleineres Studio, das jedoch zum Zeitpunkt der Befragung aufgrund wirtschaftlicher Schwierigkeiten keine statistische Datenerhebung zuließ.
Insgesamt wurde darauf geachtet, dass bei der Stichprobe nur solche Studios erfasst wurden, die den Kriterien des DSSV entsprachen (Größe, Ausstattung, Kunden, Angebote) (vgl. KAMBEROVIC/HASE 1994) und (MRAZEK/RITTNER 1989).

3.1.3 Der Fragebogen

Bei der vorliegenden Befragung ging es primär um die Ermittlung quantitativer Daten. Daher wurde als Form der Datenerhebung die standardisierte, schriftliche Befragung gewählt. Die Konstruktion des Fragebogens und die Formulierung der Fragen und Antwortvorgaben orientierte sich an den üblichen Standards der empirischen Sozialforschung, in inhaltlicher Hinsicht an den oben formulierten Arbeitshypothesen. Bei allen Fragen handelte es sich um sog. geschlossene Fragen, d.h. Fragen mit festen Antwortvorgaben.
Der Fragebogen umfasste 15 Fragen mit insgesamt 79 Antwortvorgaben. Die Beantwortung nahm ca. 10-12 Minuten in Anspruch.

Der Fragebogen ist im Anhang beigefügt.

3.1.4 Zirkulation der Fragebögen und Rücklauf

Die Befragung der Kunden erfolgte zufällig. Die Verteilung der Fragebögen erfolgte durch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Fitnessstudios in Viersen. Auf eine postalische Befragung wurde zum einen aus Kostengründen, zum anderen aus Gründen des hohen Risikos eines zu geringen Rücklaufs, verzichtet. Aufgrund der persönlichen Befragung wurden nur aktive Mitglieder in die Statistik mit aufgenommen. Passive Mitglieder bzw. Abbrecher bleiben aus den o.g. Gründen unberücksichtigt.

Die Verteilung der Fragebögen erfolgte an verschiedenen Tagen und zu verschiedenen Tageszeiten über einen Zeitraum von sieben Monaten, um einen möglichst repräsentativen Querschnitt der Besucher zu erfassen.

Die Anonymität der Befragten war gewährleistet. In der Regel stieß die Befragung bei den beteiligten Personen auf eine positive Resonanz.

3.1.5 Statistische Methodik

Die Auswertung der ermittelten Daten erfolgte mit Hilfe der elektronischen Datenverarbeitung.

Hierzu diente das Tabellenkalkulationsprogramm Excel 2000 für Windows 98 der Firma Microsoft Corporation/USA.

Bei der Auswertung der Untersuchungsergebnisse kamen folgende statistische Verfahren zur Anwendung:

1. Deskriptische Verfahren
   - arithmetischer Mittelwert (x): $x = \frac{1}{n}\sum_{(i=1)}$
   - Standardabweichung (s+/-): $S = \sqrt{s^2} = \sqrt{\frac{1}{n}\sum_{i=1}(x_i - x)^2}$

2. Testverfahren

   Signifikanztest

   a) Kolmogorov-Smirnov-Test. Bei diesem Test handelt es sich um einen sog. ‘Einstichproben-Test’

   b) Paarige T-Test → der ‘Paarige-T-Test’ ist ein sog. Zweistichprobentest

3. Signifikanzschranken

   Für alle Testverfahren gelten einheitlich folgende Signifikanzschranken für die Irrtumswahrscheinlichkeit p bei zweiseitiger Testung:

- p < 0,05 (p = 5%) , dargestellt als -
- p < 0,01 (p = 1%) , dargestellt als *
- p < 0,001 (p = 0,1%) , dargestellt als **

3.2. Ergebnisse [Fitnessstudios]

Nachfolgend werden die Ergebnisse der Umfrage unter den Mitgliedern der drei Fitnessstudios dargestellt.

3.2.1 Untersuchungspopulation

An der Befragung nahmen insgesamt 1492 Kunden der o.g. Fitnessstudios teil. Dies entspricht einem Gesamtkundenanteil von 68,7%.

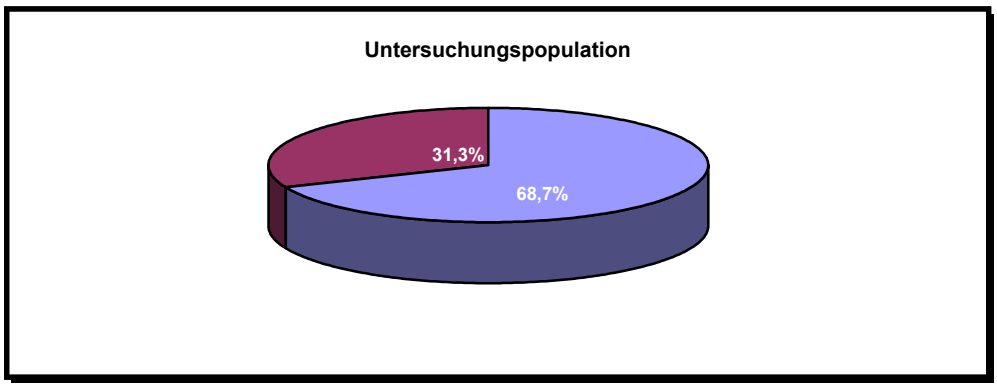

Abbildung 7: Untersuchungspopulation sowie nicht erfasste Mitglieder (n=1492)

3.2.2 Die Sozialstruktur der Besucher

Bei der Sozialstruktur werden die Merkmale Geschlecht, Alter, Beruflicher Status und Private Lebenslage aufgeführt.

Geschlecht

Von den 1492 Befragten waren 39,3% männlichen und 60,7% weiblichen Geschlechts.

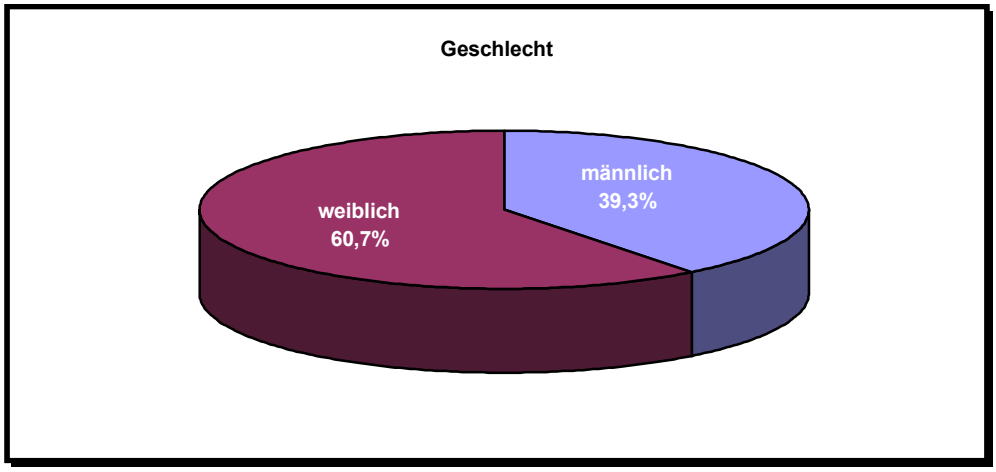

Abbildung 8: Anteil der männlichen und weiblichen Befragten (n=1492)

Alter

Die Altersstruktur der Mitglieder wurde in sechs verschiedene Kategorien untergliedert (s. Abb. 9). Das Durchschnittsalter der Befragten lag bei 31,4 Jahren. Die Frauen sind mit 33,9 Jahren im Durchschnitt fünf Jahre älter als die Männer (28,9 Jahre). Tabelle 2 zeigt das Durchschnittsalter aller Befragten.

	Durchschnittsalter (Jahre)
Männer	**28,9**
Frauen	**33,9**
gesamt	**31,4**

Tabelle 2: Durchschnittsalter der Studiomitglieder in Jahren (n=1492)

In der Unterscheidung nach dem Geschlecht (s. Abb. 9) fällt auf, dass die Männer in den jeweiligen Alterskategorien im Durchschnitt jünger sind als die Frauen. Nur bei den unter 20-jährigen ist die Altersstruktur identisch.

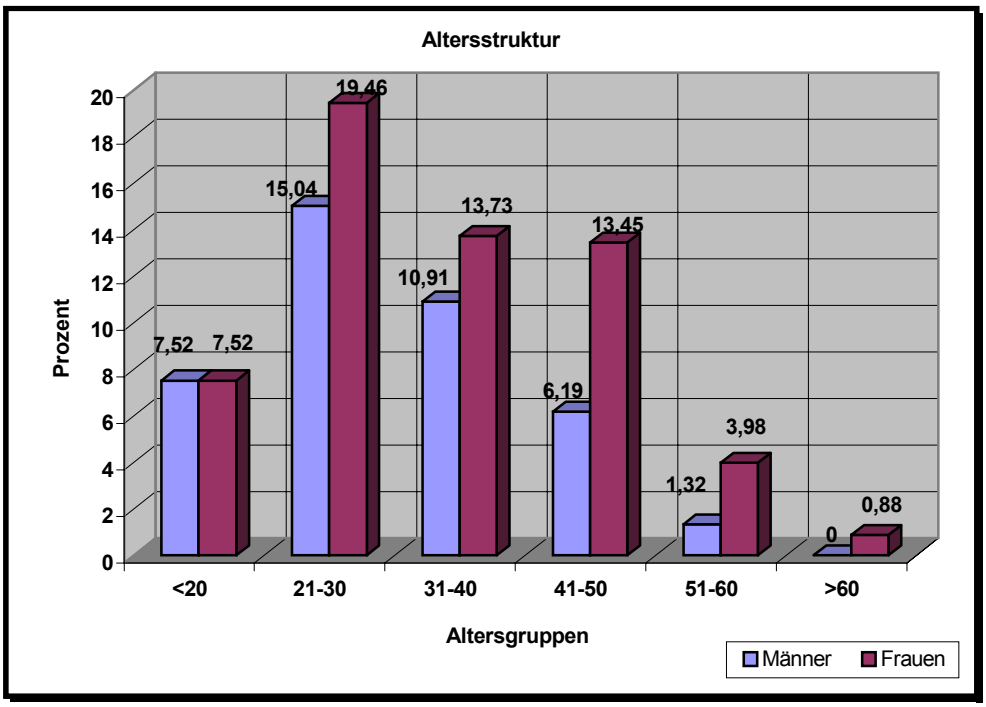

Abbildung 9: Altersstruktur nach Geschlecht (n=1492)

Beruflicher Status

Beim beruflichen Status wurde zum einen zwischen den drei Großgruppen „erwerbstätig", „in Ausbildung" und „nicht erwerbstätig" unterschieden, zum anderen erfolgte eine Differenzierung zwischen Männern und Frauen. Die Ergebnisse sind in Tab. 3 dargestellt.

	erwerbstätig	in Ausbildung	nicht erwerbstätig
Männer	**71,5%**	**26,5%**	**2,0%**
Frauen	**61,9%**	**18,2%**	**19,9%**

Tabelle 3: Unterscheidung der Studiobesucher in erwerbstätig, in Ausbildung und nicht erwerbstätig (n=1492)

Innerhalb der drei Großgruppen erfolgte eine weitere Feingliederung (s. Abb. 10). Das Ergebnis in diesen Gruppen sieht wie folgt aus: In der Gruppe der „Erwerbstätigen“ entfällt der mit Abstand größte Anteil sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern auf die Gruppe der Angestellten mit 45,9% bzw. 33,6%. Noch vor der Gruppe der Beamten (F:7,3%/M:9,7%) folgt an zweiter Stelle die Gruppe der Schüler, die bei den Frauen einen Anteil von 10,2% und bei den Männern 15,2% ausmacht. Höchst signifikante Unterschiede zwischen Frauen und Männern fallen bei der Gruppe der Arbeiter (F:3,6%/M:16,3%) bzw. bei der Gruppe der Hausfrauen/Hausmänner (16,9%/1,0%) auf. Bei den Arbeitern sind die Männer deutlich überrepräsentiert, bei den Hausfrauen/Hausmännern sind es die Frauen. Ein weiterer signifikanter Unterschied tritt in der Gruppe der Selbständigen auf. Hier liegt der Anteil der Männer bei 11,9%, der der Frauen bei nur 5,1%. Bei den Lehrlingen liegen die prozentualen Anteile bei Frauen und Männern relativ eng beieinander (F:3,6%/M:2,7%).

Die Ergebnisse dieser Feingliederung sind in Abbildung 10 dargestellt.

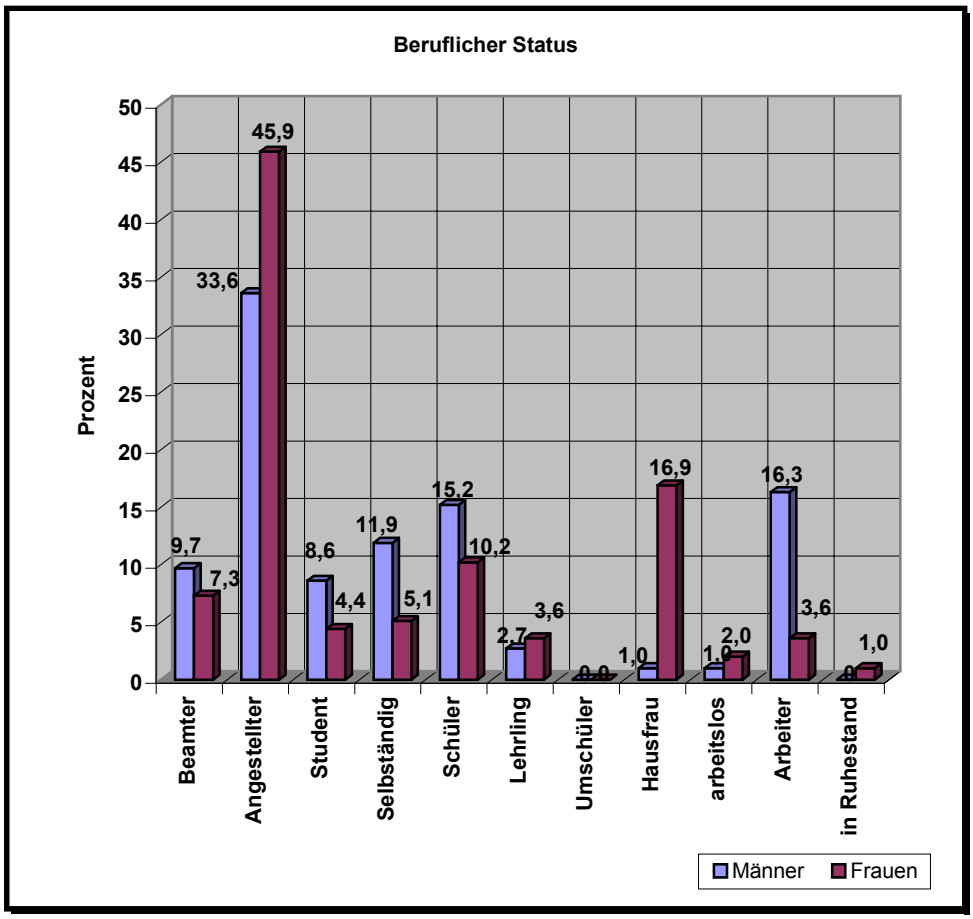

Abbildung 10: Beruflicher Status Männer und Frauen (n=1492)

Bildungsstatus

Aufschluss über die soziale Eingliederung ergibt sich aus den Angaben der Befragten zu ihrem Bildungsstatus. Gefragt wurde nach dem höchsten erreichten Abschluss. Die Ergebnisse lauten wie folgt: Das Bildungsniveau der Frauen und Männer unter den Besuchern der Fitnessstudios weist nur im Bereich des Hauptschulabschlusses annährend identische Werte auf (F:17,9%/M:17,5%). Signifikante Unterschiede treten bei den Hochschulabsolventen auf, hier beträgt der Anteil der Frauen 15,5%, der der Männer jedoch 27%. Bei den Besuchern mit Abitur überwiegt der Anteil der Frauen (32,8%) den der

Männer (23,7%). Geringfügige Unterschiede treten im Bereich des Realschulabschlusses auf (F:28,4%/M:30,3%). Bei den Besuchern ohne Schulabschluss treten nochmals signifikante Unterschiede auf. Hier liegt der Anteil bei den Frauen bei 5,8%, bei den Männern hingegen bei nur 1,1%.

Die Prozentangaben der einzelnen Schulabschlüsse sind in Abbildung 11 geschlechtsspezifisch grafisch dargestellt.

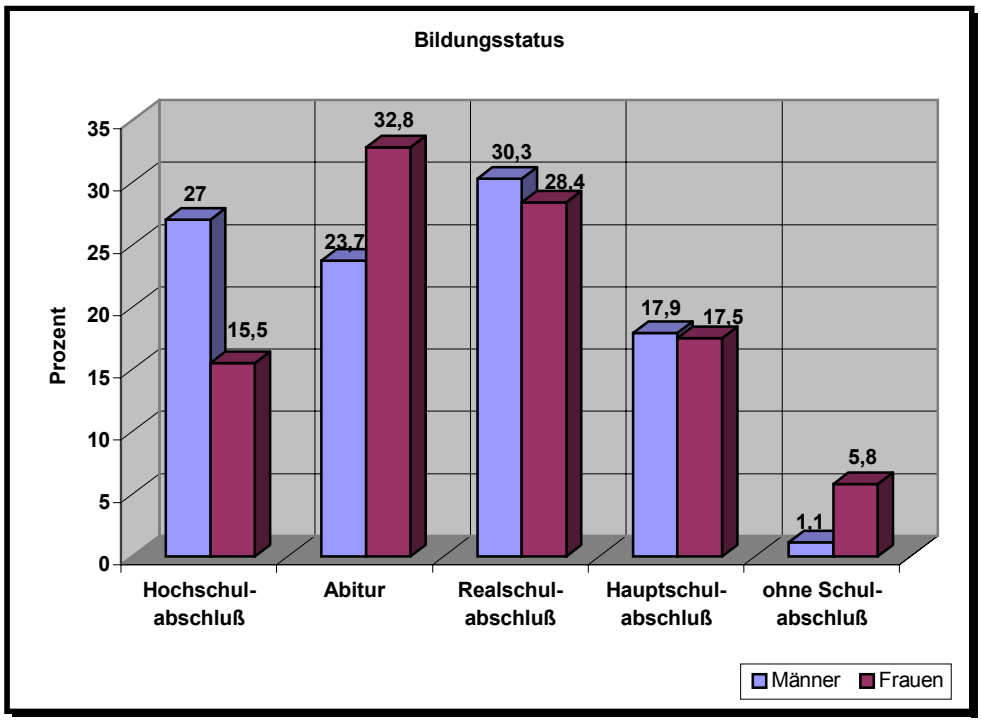

Abbildung 11: Bildungsstatus Männer und Frauen (n=1492)

Private Lebenslage (Familienstand)

Bei der Befragung nach der privaten Lebenslage wurde zwischen vier verschiedenen Kategorien unterschieden: ledig, verheiratet, geschieden und verwitwet.

Die Ergebnisse lauten im einzelnen:

Bei den Männern sind zwei Drittel (66,6%) ledig, bei den Frauen sind es fast die Hälfte (47,7%). Verheiratet sind bei den Frauen 41,9%, bei den Männern nur 27,7%. Bei den Frauen überwiegt auch der Anteil der Geschiedenen mit 10,2% gegenüber den Männern von 5,5%. Keiner der Befragten war verwitwet.
Abbildung 12 stellt den Familienstand der vier Kategorien grafisch dar.

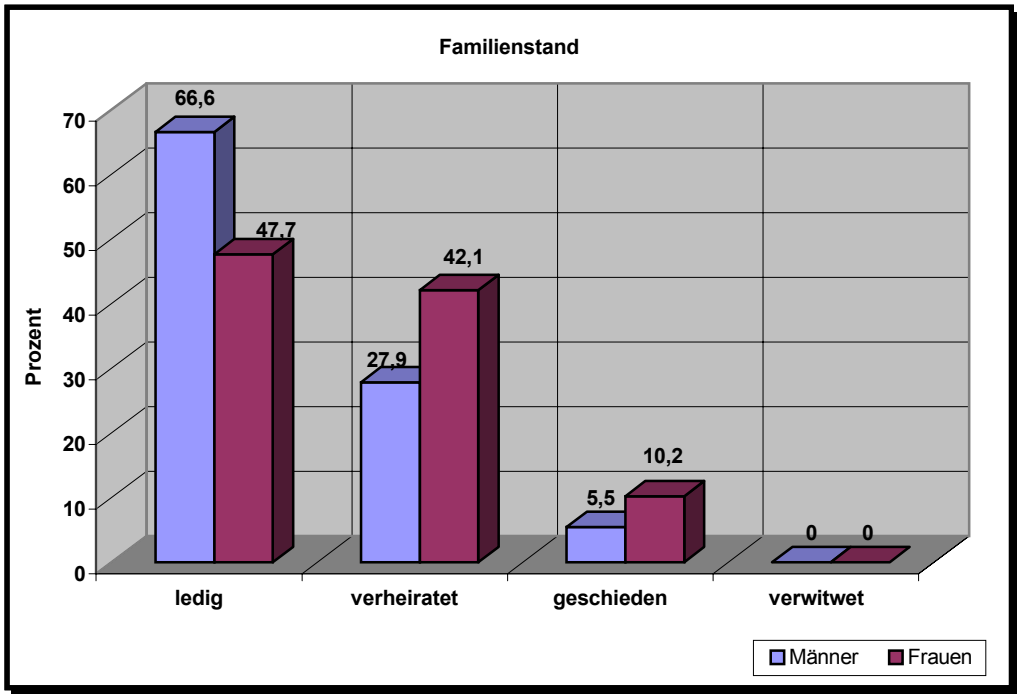

Abbildung 12: Private Lebenslage (n=1492)

3.2.3 Wirtschaftliche Faktoren

Bei den wirtschaftlichen Faktoren werden die Art und Weise des Zugangs der Mitglieder, die Mitgliedschaftsdauer und anderweitige Studioerfahrungen aufgeführt.

Zugang

Die Werbung neuer Kunden nimmt für die Betreiber kommerzieller Fitnessstudios eine wichtige Stellung ein. In Abbildung 13 ist aufgeführt, wie der jeweilige Kunde auf die Einrichtung aufmerksam geworden ist, d.h. welche Informationen ihn dazu bewogen haben, das Studio aufzusuchen.

Für die vorgegebenen Antworten ergaben sich folgende prozentuale Häufigkeiten, die in Tabelle 4 dargestellt sind.

Hinweis von Freunden, Bekannten oder Verwandten	**64,6%**
Mir ist die Einrichtung im Vorbeigehen-/fahren aufgefallen	**19,7%**
Werbeanzeige in Tageszeitung, Wochenblatt o.ä.	**3,3%**
Prospektmaterial/Informationsbroschüre	**2,8%**
Empfehlung durch „Experten“ (Arzt, Therapeut o.ä.)	**9,2%**
Zeitungsberichte	**0,4%**

Tabelle 4: Art des Zuganges in Prozent (n=1492)

Bei der geschlechtsspezifischen Unterscheidung ist die prozentuale Verteilung bei Frauen und Männern in fast allen Kategorien annähernd gleich. Größere Unterschiede bestehen lediglich in der Kategorie Werbeanzeige (F:2%/M:5,1%) bzw. in der Kategorie Prospekt (F:4%/M:2%).

Eine geschlechtsspezifische Unterscheidung nach Art des Zuganges wird in Abbildung 13 dargestellt.

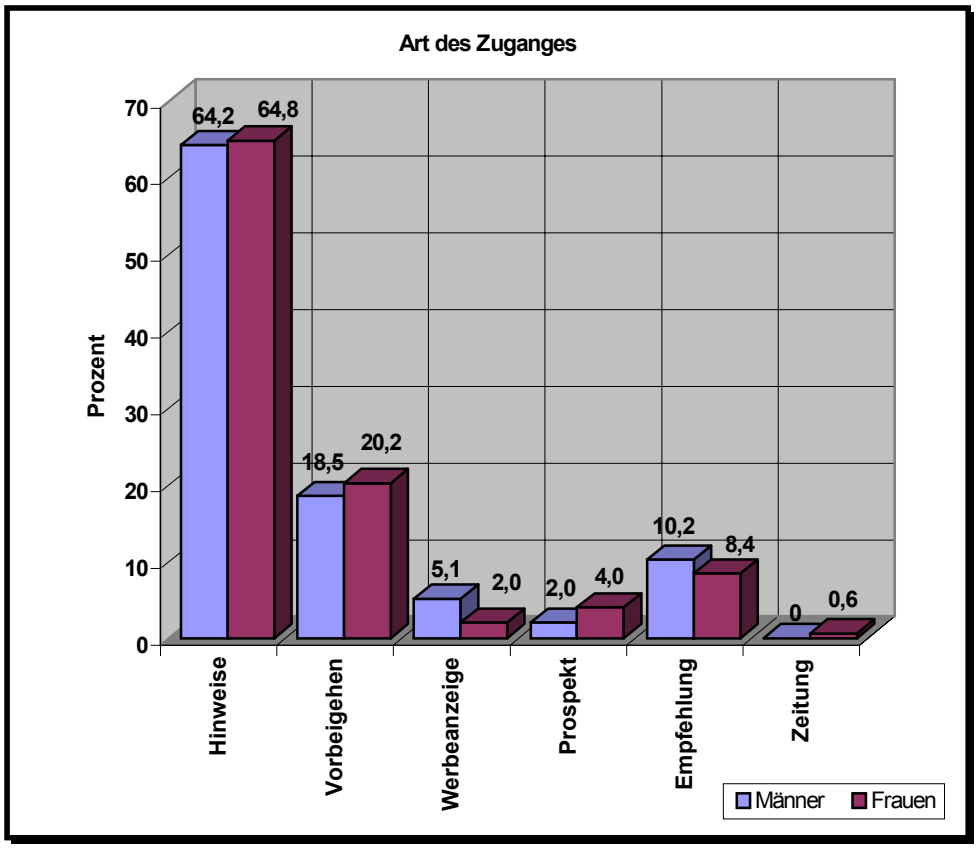

Abbildung 13: Art des Zuganges (n=1492)

Mitgliedschaftsdauer

Die Ergebnisse der Mitgliedschaftsdauer dokumentieren eine sehr breite Streuung. Das Spektrum reicht von wenigen Wochen bis zu mehr als zehn Jahren. Die Angaben der Kundinnen und Kunden wurden in vier Zeiträumen zusammengefasst (s. Tab. 5). Es ergab sich folgendes Bild: Mehr als ein Drittel (37,3%) der Befragten besuchten die Studios noch nicht länger als 6 Monate, weitere 11,1% zwischen 6 und 12 Monaten. Ein bis zwei Jahre besuchen 23,9% der Befragten die Studios und 27,7% sind länger als zwei Jahre Mitglied.

Mitgliedschaftsdauer	Prozent
0-6 Monate	37,3%
6-12 Monate	11,1%
1-2 Jahre	23,9%
länger als 2 Jahre	27,7%

Tabelle 5: Mitgliedschaftsdauer in Prozent (n=1492)

Die Differenzierung nach Geschlecht dokumentiert, dass bei den Neukunden (0-6 Monate) der Anteil der Männer mit 48,3% signifikant höher liegt als der der Frauen von 31,3%. Merkliche Unterschiede bestehen auch in der Kategorie 1-2 Jahre. Hier liegt der Anteil der Männer bei nur 15,5%, der der Frauen jedoch bei 28,7%. In der Kategorie 1-2 Jahre sind wesentlich mehr Frauen (28,7%) zu finden als Männer (15,6%). Mit 29,7% überwiegen die Frauen ebenfalls deutlich gegenüber den Männern (25,9%) bei den Kunden, die länger als 2 Jahre Mitglied sind.

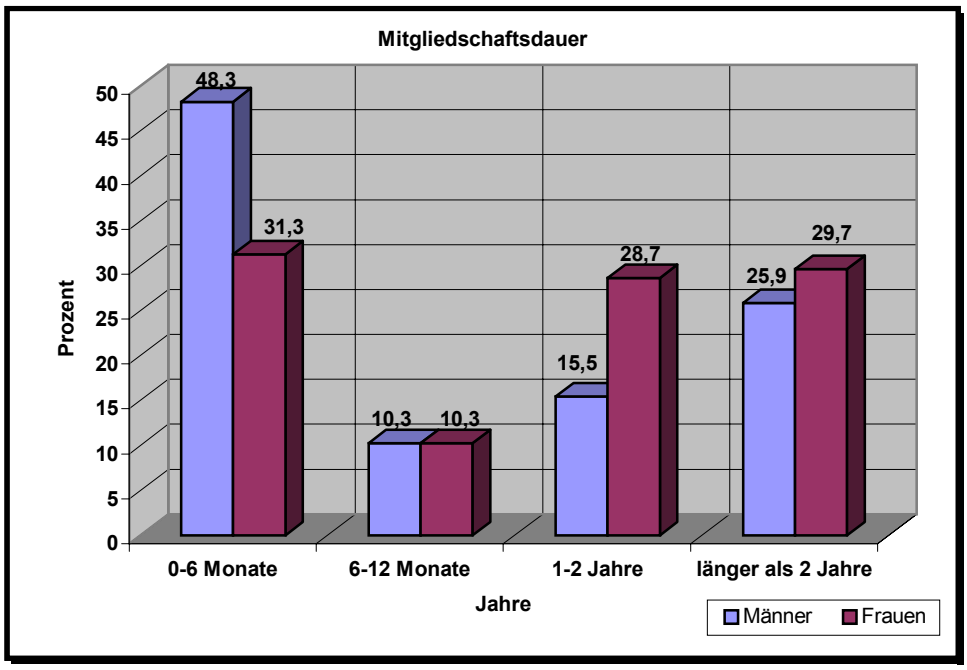

Abbildung 14: Mitgliedschaftsdauer (n=1492)

Anderweitige Studioerfahrungen

Die Ergebnisse anderweitiger Studioerfahrung zeigen deutlich, dass bereits fast die Hälfte (48,3%) aller Kunden vorher Erfahrung in einem oder mehreren anderen Fitnessstudios gemacht hat. Für die andere Hälfte der Befragten (51,7%) zeigt sich, dass der Besuch dieser Studios insofern eine neue Erfahrung darstellt, als sie bislang noch keiner anderen kommerziellen Sporteinrichtung angehörten.

Anderweitige Studioerfahrung	Gesamt (n=1492)
ja	48,3%
nein	51,7%

Tabelle 6: Anderweitige Studioerfahrung (n=1492)

Die Differenzierung nach Geschlecht stellt bei den anderweitigen Studioerfahrungen heraus, dass die Frauen etwas häufiger wechseln als die Männer (F:48,5%/M:47,7%).

Die geschlechtsspezifische Unterscheidung anderweitiger Studioerfahrungen ist in Abbildung 15 dargestellt.

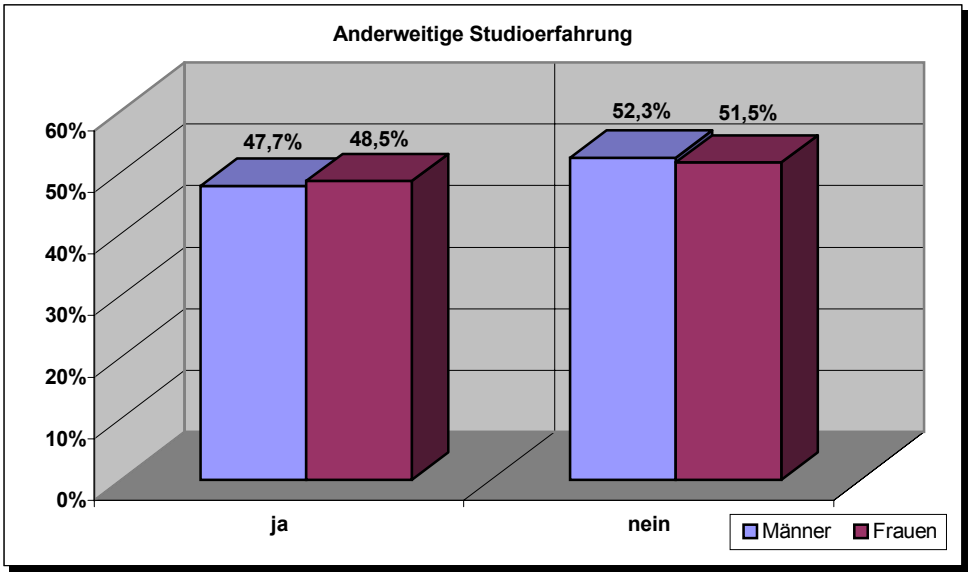

Abbildung 15: Anderweitige Studioerfahrung (n=1492)

3.2.4 Zeitliche Aspekte

Die zeitlichen Aspekte des Einrichtungsbesuchs umfassen die Trainingshäufigkeit sowie die Trainingsdauer und die Aufenthaltsdauer im Studio.

Trainingshäufigkeit

Bei der Trainingshäufigkeit wurde nachgefragt wie oft der Kunde das Fitnessstudio in der Woche aufsucht. Die Ergebnisse zur Trainingshäufigkeit belegen ein außerordentlich hohes Sportengagement der Befragungspersonen. Fast drei Viertel (73,5%) der Befragten besucht die Studios 2-3 mal pro Woche. 10,6% geht sogar 3-4 mal in der Woche in die Studios und 15,9% gehen nur einmal.
Die Ergebnisse sind in Tabelle 7 dargestellt.

1x pro Woche	2-3x pro Woche	3-4x pro Woche
15,9%	73,5%	10,6%

Tabelle 7: Trainingshäufigkeit pro Woche (n=1492)

Der Anteil der Männer und Frauen ist bei der wöchentlichen Trainingshäufigkeit in allen drei Bereichen fast annähernd gleich. Die Ergebnisse sind in Abbildung 16 dargestellt.

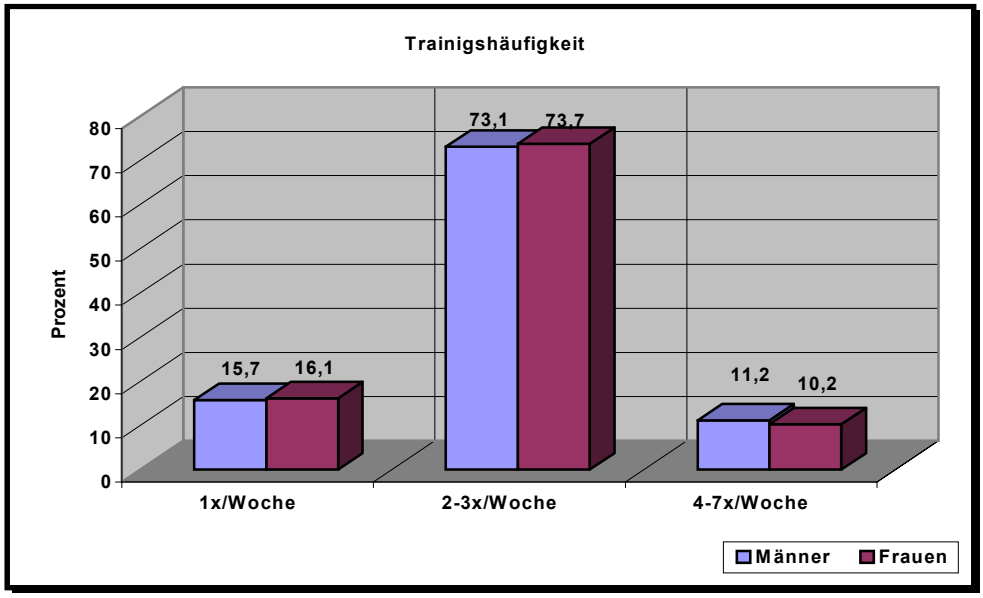

Abbildung 16: Trainingshäufigkeit pro Woche (n=1492)

Trainingsdauer und Aufenthaltsdauer im Studio

Ein weiterer zentraler Aspekt des Nutzungsverhaltens ergibt sich aus der zeitlichen Aufenthaltsdauer im Studio. Die durchschnittlich häufigste Aufenthaltsdauer liegt bei bis zu 1,5 Stunden. Die Hälfte der Angaben (50,8%) liegt in dieser Zeitspanne. Eine Besuchsdauer von 1,5 – 2,5 Stunden geben 45,8% und eine von mehr als 2,5 Stunden nur 3,6% an.

Unterscheidet man nach Geschlecht zeigt sich, dass Männer im Durchschnitt länger bleiben als Frauen. 56,5% der Frauen gaben an, sich nicht länger als 1,5 Stunden im Studio aufzuhalten, bei den Männern sind dies nur 41,5% . Ein signifikanter Unterschied ist in der zweiten Kategorie festzustellen. Die Männern bleiben im Durchschnitt (55,2%) 1,5 – 2,5 Stunden im Studio, von den Frauen hingegen nur 39%. Der Anteil der Männer und Frauen, die länger als 2,5 Stunden im Studio bleiben ist annähernd gleich (F:3,3%/M:3,7%). Die Angaben sind in Abbildung 17 dargestellt.

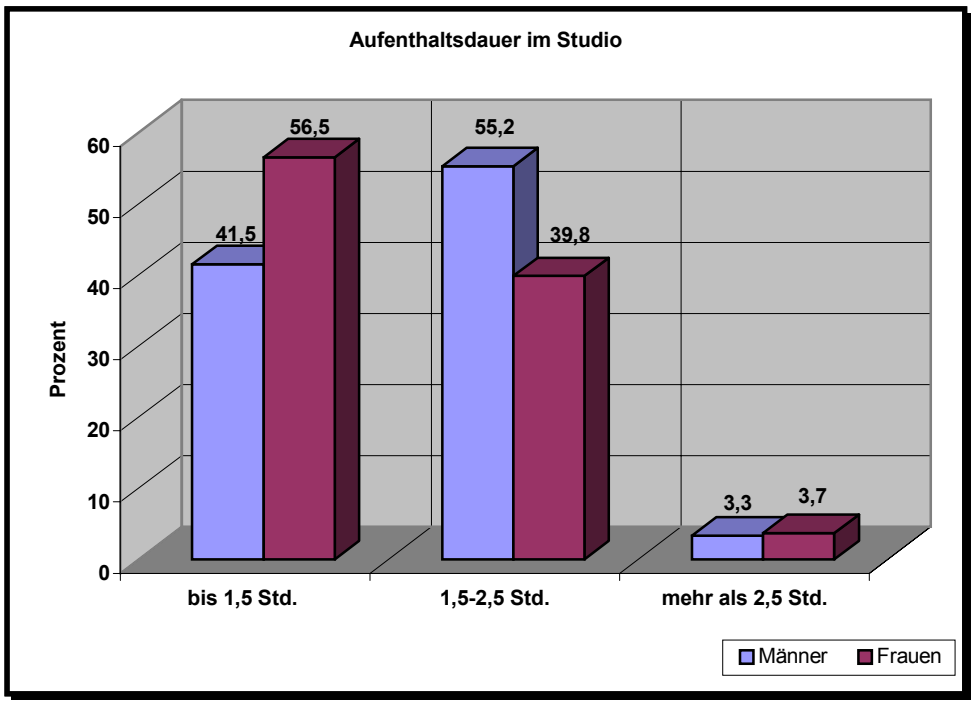

Abbildung 17: Aufenthaltsdauer im Studio (n=1492)

3.2.5 Angebote

Um Aussagen über die Nutzung des sportlichen Angebots der Studios machen zu können, sind die Kunden entsprechend ihren sportlichen Neigungen in drei unterschiedliche Kategorien eingeordnet worden. Neben der körperlichen Leistungsfähigkeit, der Körpergestaltung und Körperformung ist auch noch der Bereich Tanz von großer Bedeutung (nähere Erläuterungen zu den einzelnen Kategorien sind in Kapitel 4.3 aufgeführt).

Die Grobgliederung der verschiedenen Kurs- und Bewegungsangebote ergab folgende Ergebnisse: Zwei Drittel der Besucher (66%) nehmen Kurse bzw. Bewegungsangebote aus dem Bereich der Körpergestaltung und Körperformung wahr. Hiervon sind 70,1% weiblich und 29,9% männlich. Bei 19,5% aller Besucher steht die körperliche Leistungsfähigkeit im Vordergrund. In dieser Kategorie überwiegt der

Anteil der Männer mit 58% gegenüber dem der Frauen von 42%. Der Bereich Tanz ist nur für 14,5% der Kunden interessant. Hier ist der Anteil der Frauen mit 87% mehr als sechs mal so hoch wie der der Männer mit 13%. Die Tabellen 8 und 9 zeigen die Ergebnisse der Grobgliederung im Überblick.

Körpergestaltung/ Körperformung	Körperliche Leistungs-fähigkeit	Tanz
66%	19,5%	14,5%

Tabelle 8: Ergebnisse der Grobgliederung

	Körpergestaltung Körperformung	Körperliche Leistungsfähigkeit	Tanz
Männer	29,9%	58%	13%
Frauen	70,1%	42%	87%

Tabelle 9: Ergebnisse der Grobgliederung unterteilt nach Frauen und Männern

Neben der Grobgliederung war zudem von Interesse, welche Angebote von den Kunden im einzelnen genutzt wurden. Die oben angeführten Kategorien wurden dazu in weitere Unterkategorien eingeteilt, die sich aus dem Trainings- bzw. Kursangebot der untersuchten Studios ergab. Im einzelnen waren dies:

- Ausdauer (Herzkreislauftraining: z.B. Fahrradergometer, Laufband, Stepper, Rudergerät, Spinning)
- Kraftsport (Hanteltraining, Krafttraining, Body-Building)
- Körpergestaltung/Körperformung (Fatkiller, Callanetics, BOP, WSG, BMW)
- Tanz (Aerobic, Step Aerobic, Funk)

Bei der Feingliederung ergeben sich folgende Ergebnisse: der Bereich Ausdauer wird von 43,2% der Männer und 32% der Frauen

wahrgenommen. Kraftsport betreiben 49,3% der Männer und 19,3% der Frauen. Eine umgekehrte Verteilung ergibt sich bei den Angeboten der Körpergestaltung (M:4,7%/F:27,8%) und des Tanzes M:2,8%/F:20,9%). Die Ergebnisse sind in der nachfolgenden Grafik dargestellt.

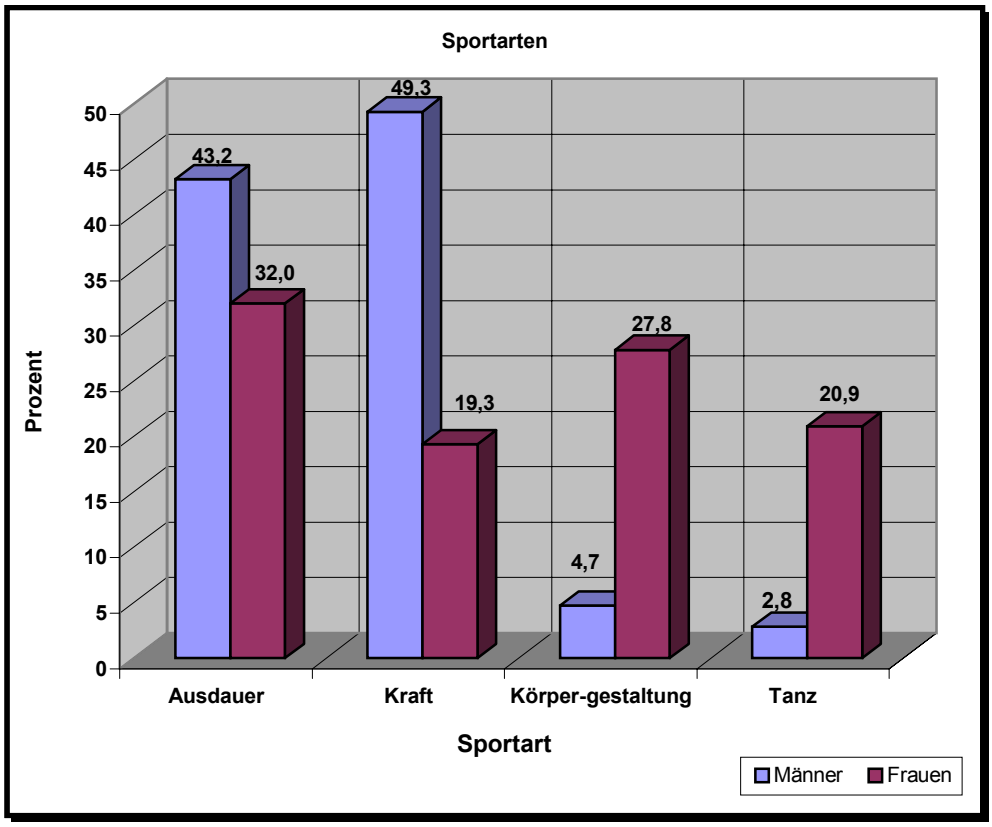

Abbildung 18: Verteilung der Sportarten (n=1492)

Außersportliche Angebote

Neben sportlichen Betätigungen können in den Studios außerdem soziale Kontakte geknüpft werden. Außerdem bieten die Studios Möglichkeiten der Entspannung an. Diese Erweiterung des Angebots und die jeweilige Annahme durch die Kunden sind interessant für eine umfassende Untersuchung. Es wurde gefragt, welche außer-

sportlichen Angebote die Kunden im Studio wahrnehmen. Die folgenden Auswahlmöglichkeiten standen zur Verfügung:

- Solarium
- Gastronomie
- soziale Kontakte
- Entspannung
- Feste

Die sozialen Kontakte waren sowohl für die Frauen als auch für die Männer der wichtigste Beweggrund (M:42,9%/F:41,9%). Die Angebote aus dem Bereich Gastronomie waren ebenfalls von großer Bedeutung (M25%/F:27,6%). Die Kategorie Entspannung war für Männer wesentlich wichtiger als für Frauen (F:11,6%/M:16,4%). Das Angebot von Festen spielt für beide Geschlechter eine ähnlich wichtige Rolle (F:10,1%/M:9,5%). Der Besuch der Sauna wurde lediglich von 8,8% der Frauen und 6,2% der Männer angegeben.
Die Ergebnisse sind in Abbildung 19 noch einmal grafisch dargestellt.

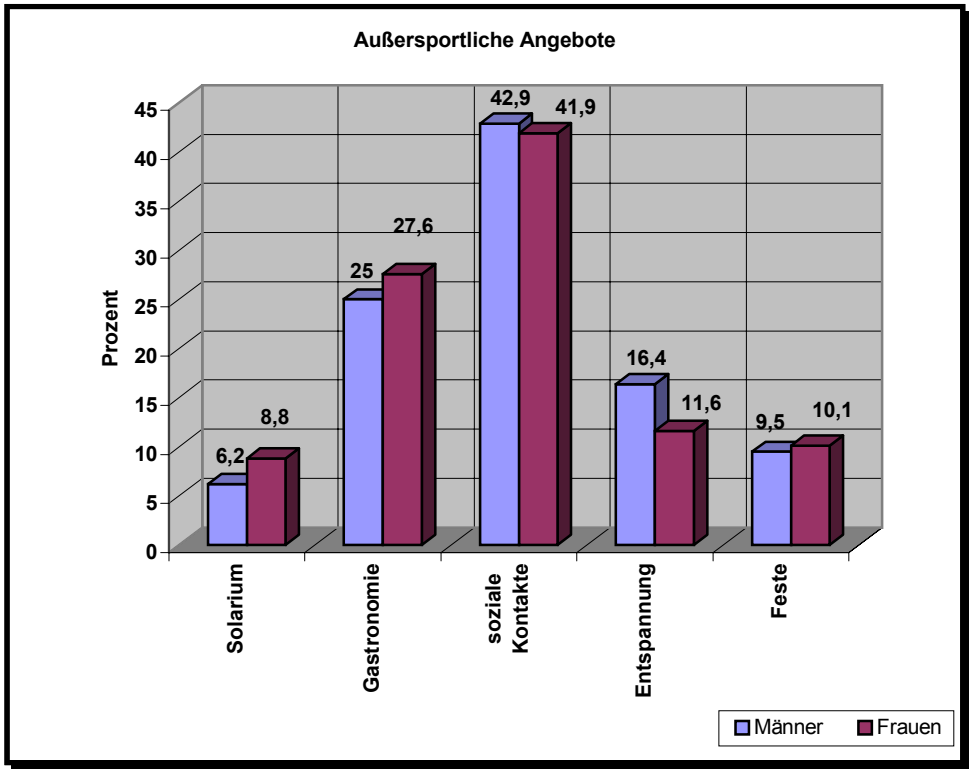

Abbildung 19: Wahrnehmung außersportlicher Angebote (n=1492)

3.2.6 Trainingsziele - Trainingsmotivation

Bei der Frage nach den Zielen und Motiven für einen Besuch im Fitnessstudio erhielten die Befragten sechs Auswahlmöglichkeiten, die mit den Gewichtungen „sehr wichtig“; „eher wichtig“, „eher unwichtig“, „sehr unwichtig“ versehen waren. Im einzelnen standen folgende Motive zur Verfügung:

- Gesundheit
- körperliche Leistungsfähigkeit erhalten
- Verbesserung durch regelmäßiges Training
- attraktive Figur bekommen
- Spaß haben
- vom Alltag abschalten/Stress abbauen

Im Detail ergaben sich folgende Ergebnisse:
Das Motiv Gesundheit wurde von mehr als zwei Drittel der Befragten (67,7%) als sehr wichtig angegeben. 23,4% hielten es für eher wichtig, 6,8% für eher unwichtig und 2,1% antworteten mit sehr unwichtig. Bei der Frage nach der Erhaltung der körperlichen Leistungsfähigkeit zeigte sich nachstehende Verteilung: 21% sehr wichtig, 34% eher wichtig, 39,7% eher unwichtig und 5,3% sagten sehr unwichtig. Das Motiv „Verbesserung durch regelmäßiges Training“ wurde von 14,2% als sehr wichtig befunden, 44,2% hielten es für eher wichtig, 32,1% für eher unwichtig und 9,5% für sehr unwichtig. Die vierte Kategorie eine „attraktive Figur zu bekommen“ befanden 19,9% für sehr wichtig, 39,8% für eher wichtig, 3,5% für eher unwichtig und 7,8% für sehr unwichtig. Das Motiv „Spaß haben“ nannten 27,6% der Befragten als sehr wichtig, 43,4% als eher wichtig, 16,9% als eher unwichtig und 12,1% als sehr unwichtig. In der letzten Kategorie „vom Alltag abschalten/Stress abbauen“ wurden folgende Werte ermittelt: 39,4% sehr wichtig, 28,9% eher wichtig, 17,2% eher unwichtig und 14,5% sehr unwichtig.
Zur besseren Übersicht sind die oben angegebenen Werte in der unten stehenden Tabelle noch einmal angeführt.

	sehr wichtig	eher wichtig	eher unwichtig	sehr unwichtig
Gesundheit	**67,7%**	**23,4%**	**6,8%**	**2,1%**
körperliche Leistungsfähigkeit erhalten	**21,0%**	**34,0%**	**39,7%**	**5,3%**
Verbesserung durch regelmäßiges Training	**14,2%**	**44,2%**	**32,1%**	**9,5%**
attraktive Figur bekommen	**19,9%**	**39,8%**	**32,5%**	**7,8%**
Spaß haben	**27,6%**	**43,4%**	**16,9%**	**12,1%**
vom Alltag abschalten/Stress abbauen	**39,4%**	**28,9%**	**17,2%**	**14,5%**

Tabelle 10: Motive für das Training im Fitnessstudio (n=1492)

3.3 Ergebnisse [Sportvereine LSB]

Im folgenden werden die statistischen Daten des Landessportbundes NW für die Stadt Viersen aufgeführt. Die Datenerhebungen des LSB sind auf wenige Parameter beschränkt. Im einzelnen sind dies:

- Mitgliedszahlen für die Stadt Viersen für die Jahre 1990 – 1998
- Sportarten
- Geschlecht
- Alter

Die Bestandserhebung erfolgte zu Beginn des Jahres 1998 und wurde freundlicherweise vom LSB Nordrhein-Westfalen für diese Arbeit zur Verfügung gestellt.

3.3.1 Mitgliederzahlen der Jahre 1990 - 1998

Die Anzahl der Mitglieder im LSB Viersen ist in den Jahren 1990 bis 1998 um mehr als 2800 zurück gegangen, das entspricht einem prozentualen Wert von 14,2%. Ähnliche „negative“ Zahlen finden sich auch in Mitgliedsstatistiken für das Land Nordrhein-Westfalen wieder (vgl. LANDESSPORTBUND NORDRHEINWESTFALEN e.V. 1998).
Abbildung 20 zeigt die Mitgliedszahlen für die Stadt Viersen für den o.g. Zeitraum.

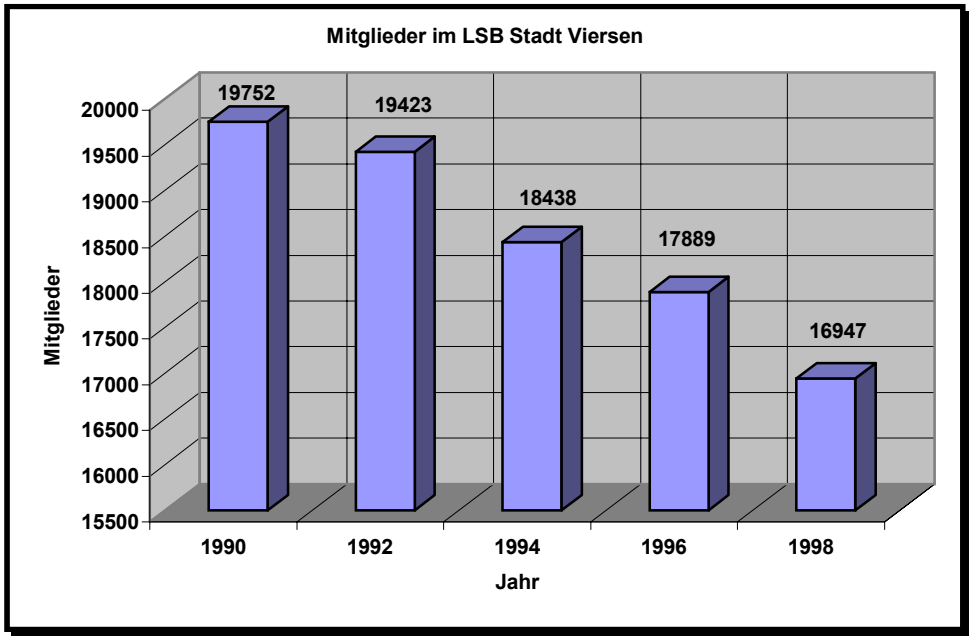

Abbildung 20: Mitglieder im LSB der Stadt Viersen

3.3.2 Potenzielle Sportnachfrage

In der Stadt Viersen gibt es insgesamt 68 Sportvereine (vgl. LSB NW 1998). Bei einer Einwohnerzahl von 77.290 (Stand 1.1.1998) ergibt sich daraus, dass 21,9% der Gesamtbevölkerung Sport treiben. Davon sind 13,6% Männer und 8,3% Frauen. Die Daten sind Tabelle 11 zu entnehmen.

Anzahl Bewohner (n=77290)	Anzahl Vereine	Sporttreibende Bevölkerung in Prozent (%)	Männlich (n=10509)	Weiblich (n=6440)
77290	68	21,9%	13,6%	8,3%

Tabelle 11: Anzahl der Sportvereine in der Stadt Viersen sowie prozentuale Verteilung der Bevölkerungsgruppen

Der Gesamtanteil der sporttreibenden Bevölkerung liegt in der Stadt Viersen bei 21,9%. Damit liegt dieser mit 2,6% leicht über dem Bundesdurchschnitt von 19,3%.

3.3.3 Geschlecht

Von den 16.926 Mitgliedern des LSB der Stadt Viersen sind 37,9 Prozent weiblich und 62,1 Prozent männlich.

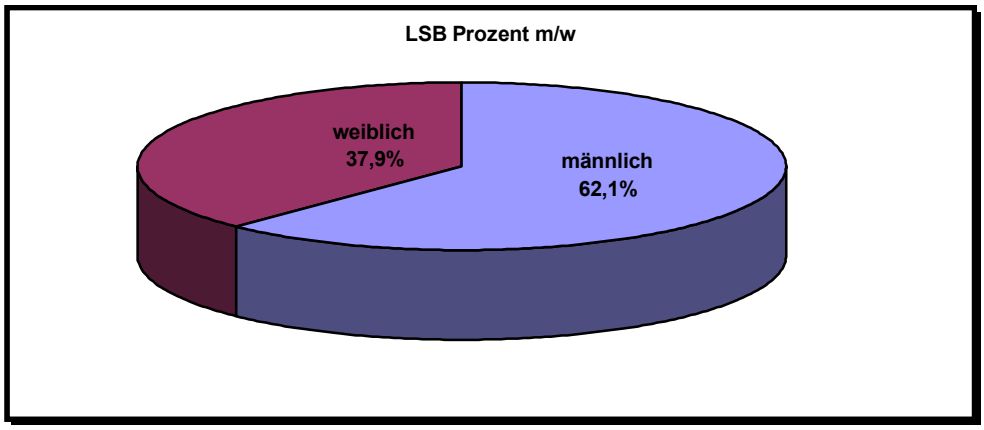

Abbildung 21: Anteil der weiblichen und männlichen Mitglieder im LSB der Stadt Viersen (U=16.926)

3.3.4 Alter

Die Mitglieder des LSB wurden in den folgenden Alterskategorien zusammengefasst: <19, 20-26, 27-40, 41-60 und >60. Die meisten Mitglieder finden sich in der Altersgruppe der unter 19-jährigen wieder (F:41,3%/M:38,5%). Die zweitgrößte Altersgruppe ist die der 27-40-jährigen (F:17,7%/M:21,9%). Fast identische Zahlen hinsichtlich der Anzahl des Frauen- und Männeranteils weist die Gruppe der 41-60-jährigen auf (F:18,1%, M:18,4%). Es folgen die Gruppen der 20-26-jährigen (F:9,1%/M:13,5%) und die der über 60-jährigen

(F:13,5%/M:8,2%), die die kleinste Gruppe stellen. Diese Zahlen sind in Grafik 22 dargestellt.

Bei der geschlechtsspezifischen Unterscheidung finden sich in den Altersgruppen 19-26, 27-40 und über 60 signifikante Unterschiede zwischen Männern und Frauen.

Bei der Zusammenfassung der Altersgruppen in fünf Alterskategorien ergibt sich folgende Grafik:

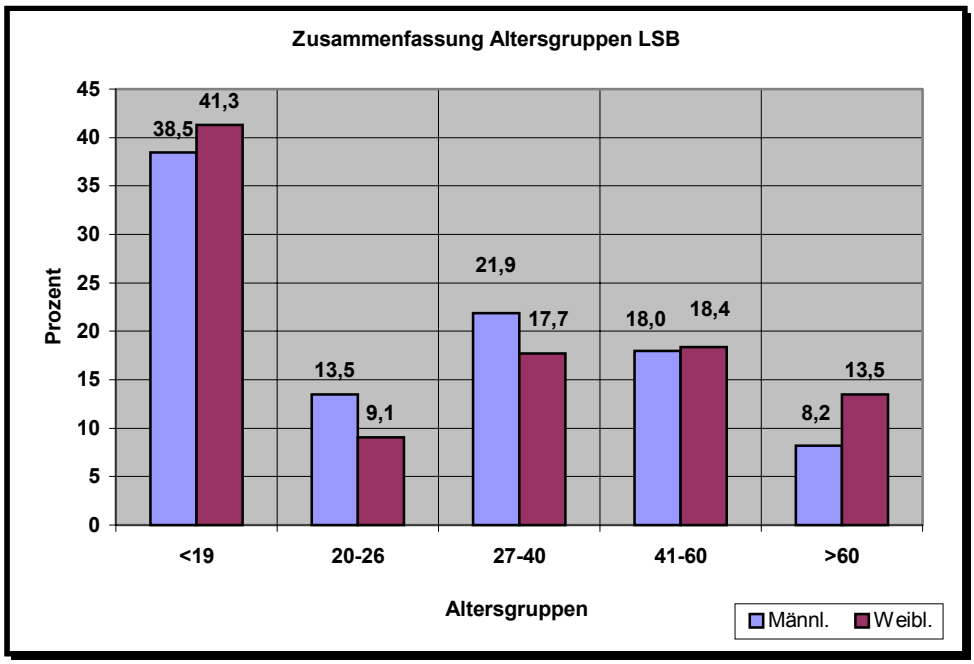

Abbildung 22: Altersgruppen des LSB in der Stadt Viersen (U=16.926)

3.3.5 Sportarten

Insgesamt werden in den 68 Vereinen der Stadt Viersen 29 verschiedene Sportarten angeboten. Eine innere Differenzierung der Mitglieder, hinsichtlich ihres Alters und der persönlichen Lebenssituation, war aufgrund fehlender Daten der Vereine nicht möglich.

Viele Vereine bieten eine Vielzahl unterschiedlicher Sportarten an. Um eine möglichst übersichtliche Darstellung der Sportarten zu er-

möglichen, wurden die Sportarten in vier Kategorien eingeteilt. Im einzelnen sind dies:

- **Kategorie 1**: Fußball, Basketball, Volleyball, Badminton, Tennis, Tischtennis, Baseball, Softball, Hockey, Handball.

- **Kategorie 2**: Schwimmen, DLRG, Radfahren, Tanzen, Turnen, Leichtathletik, Triathlon, Judo, Budo, Wu-Shu, Taekwon-Do.

- **Kategorie 3**: Behindertensport, Betriebssport.

- **Kategorie 4**: Luftsport, Motorsport, Sportfischen, Schach, Kegeln/Bowling, Billard.

Bei der prozentualen Verteilung ergeben sich für die vier Kategorien folgende Werte: Kategorie 1: 53,2%, Kategorie 2: 33,1%, Kategorie 3: 9,5%, Kategorie 4: 4,2%.
In Abbildung 23 sind die Mitgliedszahlen der einzelnen Kategorien noch einmal grafisch dargestellt. Eine Differenzierung nach Geschlecht konnte nicht erfolgen, da die Daten der Vereine keine geschlechtsspezifische Unterteilung in den einzelnen Sportarten enthielten.

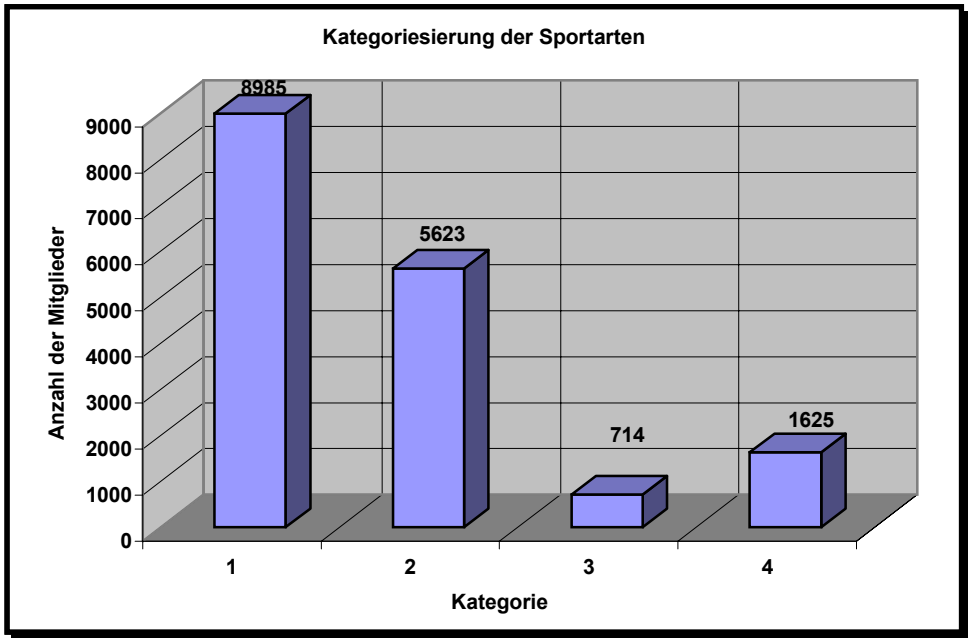

Abbildung 23: Kategorisierung der Sportarten (U=16.926)

3.4 Demografische und soziokulturelle Daten der Stadt Viersen

Die geografische Lage und die Stadtgeschichte der Stadt Viersen sowie soziokulturelle und demografische Daten werden nachfolgend dargestellt.

3.4.1 Die Stadt Viersen – geografische Lage und Stadtgeschichte

Die Stadt Viersen liegt in Nordwesten des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen zwischen Rhein und Maas im niederrheinischen Tiefland. Die Stadt beherbergt vier Gemeinden: Alt-Viersen, Dülken, Süchteln und Boisheim. Insgesamt umfasst das Stadtgebiet eine Fläche von 9100 ha. Die heutige Stadt Viersen entstand 1970 im Rahmen der kommunalen Neuordnung aus den ehemals selbständigen Städten Viersen, Dülken, Süchteln und der Gemeinde Boisheim. Sie ist seit 1975 auch Sitz des Kreises Viersen.

Fläche und Anzahl der Gemeinden der Stadt Viersen liegen unterhalb der Durchschnittswerte für Nordrhein-Westfalen. Da der Kreis am Rande von großstädtischen Zonen liegt (Krefeld, Neuss, Mönchengladbach), die teilweise hohe Bevölkerungsdichten aufweisen (Stadt Neuss, Stadt Krefeld), ist der Kreis Viersen nach den Kriterien der Bundesanstalt für Landeskunde und Raumordnung dem Siedlungsstrukturtyp „hochverdichtetes Umland“ zuzurechnen. Zum Stichtag der Einwohnerzählung (1.2.1998) lebten 77.290 Menschen in der Stadt. Die Bevölkerungsdichte beträgt 849 Einwohner je qkm und liegt somit erheblich über dem Durchschnittswert von 525 Einwohnern je qkm der anderen Städte und Gemeinden des Landes Nordrhein-Westfalen. Die Stadtbevölkerung ist im Vergleich zum Landesdurchschnitt relativ alt: 17,9% sind über 65 Jahre alt, die Vergleichszahl von NRW hierzu liegt bei nur 16,0%.

3.4.2 Demografische Daten der Stadt Viersen

Im einzelnen werden folgende demografische Daten erhoben:

- Geschlecht
- Alter
- Familienstand
- beruflicher Status
- Bildungsstatus

Geschlecht

Von den 77.290 Einwohnern sind 52% Frauen und 48% Männer.

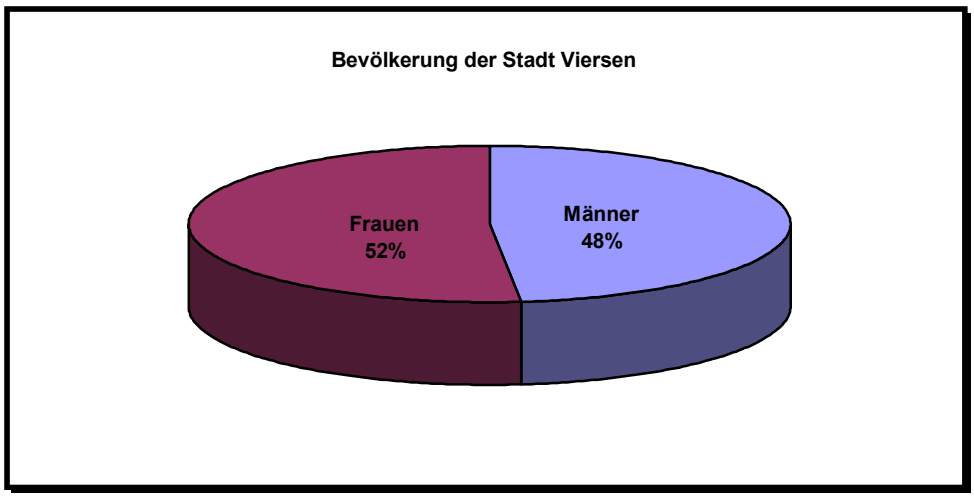

Abbildung 24: Anteil der männlichen und weiblichen Bevölkerung der Stadt Viersen in Prozent

Altersstruktur

Die Altersstruktur wird mit Hilfe von sechs Alterskategorien dargestellt. Im einzelnen sind dies: 20 Jahre und jünger, 21-30 Jahre, 31-40 Jahre, 41-50 Jahre, 51-60 Jahre und 60 Jahre und älter. Für die jeweiligen Altersgruppen ergeben sich die folgenden prozentualen Zuordnungen: 21 Jahre und jünger (M:20,2%/F:22,3%), 21-30 Jahre

(M:9,7%/F:7,8%), 31-40 Jahre (M:27,4%/F:25,9%), 41-50 Jahre (M:13,9%/F:14,1%), 51-60 Jahre (M:7,9%/F:8,3%) und 60 Jahre und älter (M:21,0%/F:21,6%).

Abbildung 25 stellt die Altersstrukturen noch einmal grafisch dar.

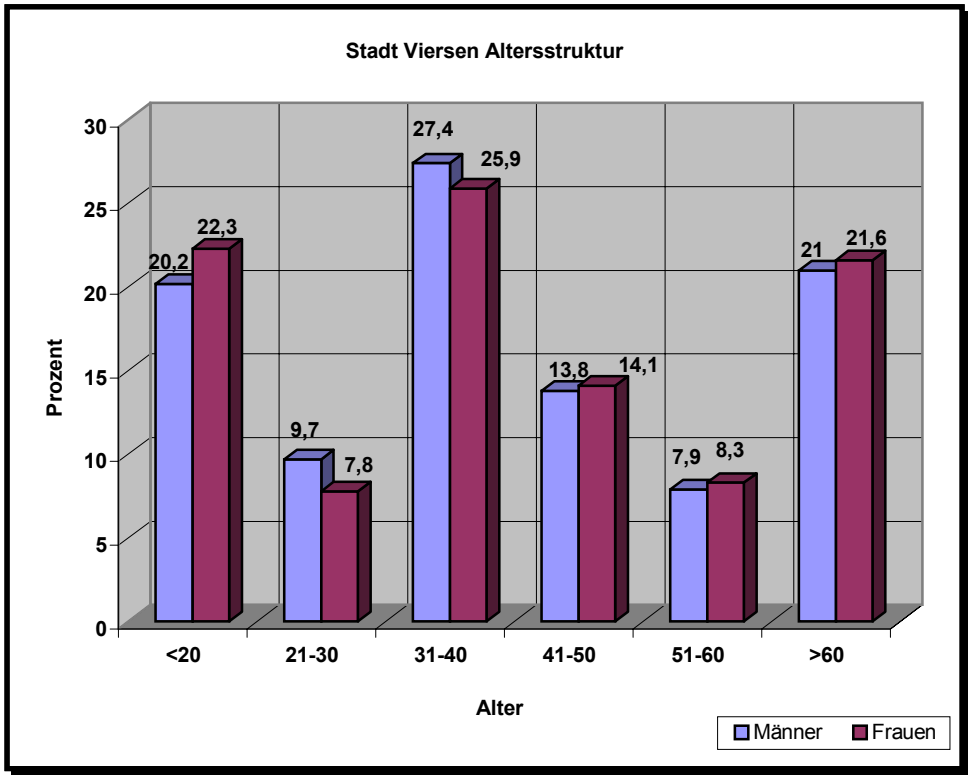

Abbildung 25: Prozentuale Altersverteilung der Bevölkerung der Stadt Viersen

Familienstand

Die Angaben zu dem familiären Status sind in folgende Kategorien unterteilt: ledig, verheiratet, geschieden und verwitwet. Es ergaben sich folgende Zuordnungen: ledig (M:20,1%/F:17,1%), verheiratet (M:24,4%/F:24,4%), geschieden (M:2,5%/F:3,4%) und verwitwet (M:1,2%/F:6,9%).

Die Ergebnisse sind Abbildung 26 zu entnehmen.

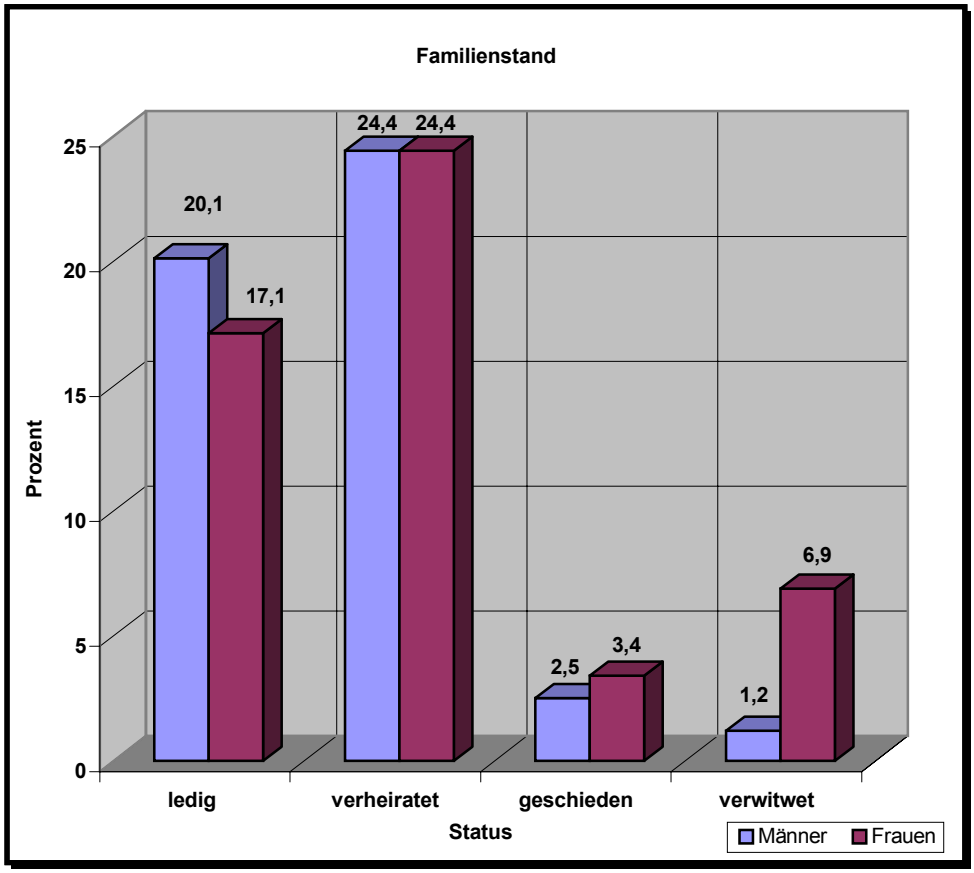

Abbildung 26: Familienstand der Viersener Bevölkerung

Beruflicher Status

Bei der Befragung nach dem beruflichen Status wurde zwischen insgesamt neun Kategorien unterschieden. Im Einzelnen sind dies: Beamter, Angestellter, Student, selbstständig, Schüler, Hausfrau, arbeitslos, Arbeiter und in Ruhestand.

Es ergaben sich die in Tabelle 12 dargestellten Zuordnungen:

	Männer	Frauen
Beamter	8,3%	4,2%
Angestellter	4,9%	5,4%
Student	3,9%	3,4%
selbstständig	4,2%	3,5%
Schüler	11,6%	11,9%
Hausfrau	0,9%	19,0%
arbeitslos	12,0%	10,5%
Arbeiter	37,1%	26,8%
in Ruhestand	17,1%	15,3%

Tabelle 12: Beruflicher Status der Viersener Bevölkerung

Abbildung 27 zeigt den beruflichen Status grafisch aufgearbeitet.

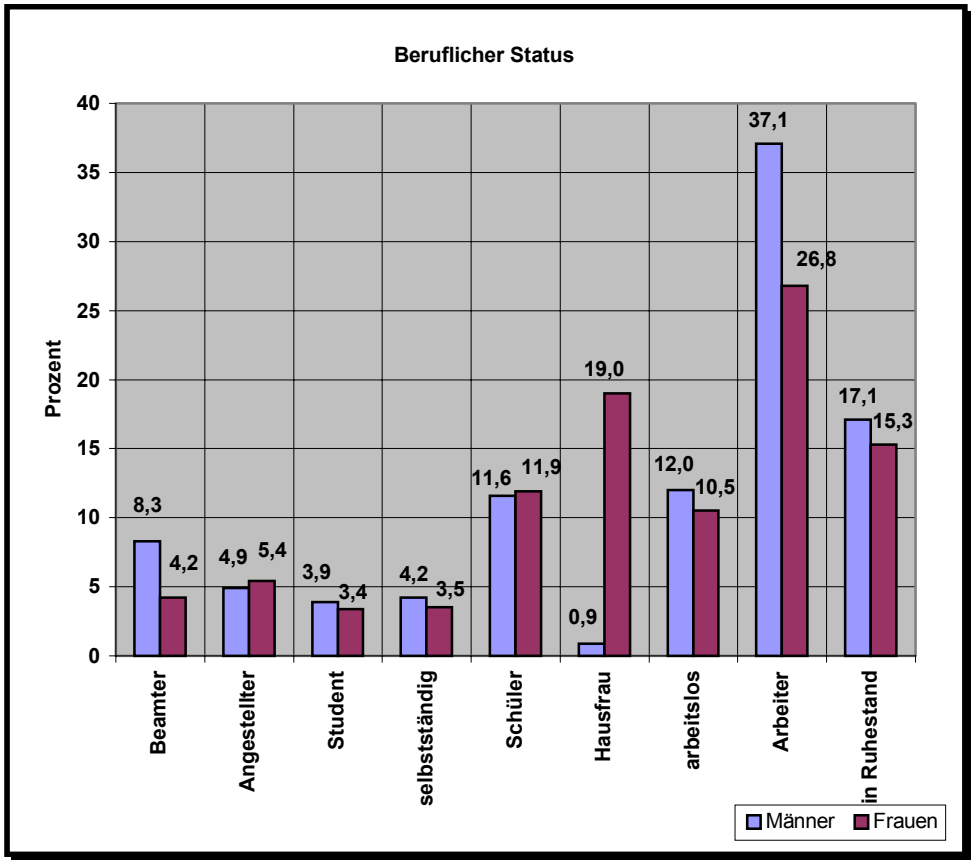

Abbildung 27: Beruflicher Status der Viersener Bevölkerung

Bildungsstatus

Bei der Befragung nach dem Bildungsstand wurde jeweils nach dem höchsten erreichten Abschluss gefragt. Es erfolgte eine Kategorisierung nach: Hochschulabschluss, Abitur, Realschule, Hauptschule und ohne Abschluss. Es ergaben sich folgende Zuordnungen: Hochschulabschluss (M:8,9%/F:7,4%), Abitur (M:23,4%/F:23,8%), Realschule (M:38,9%/F:38,9%), Hauptschule (M:22,8%/F:24,5%) und ohne Abschluss (M:6%/F:5,4%).

Abbildung 28 zeigt die Ergebnisse in grafischer Form.

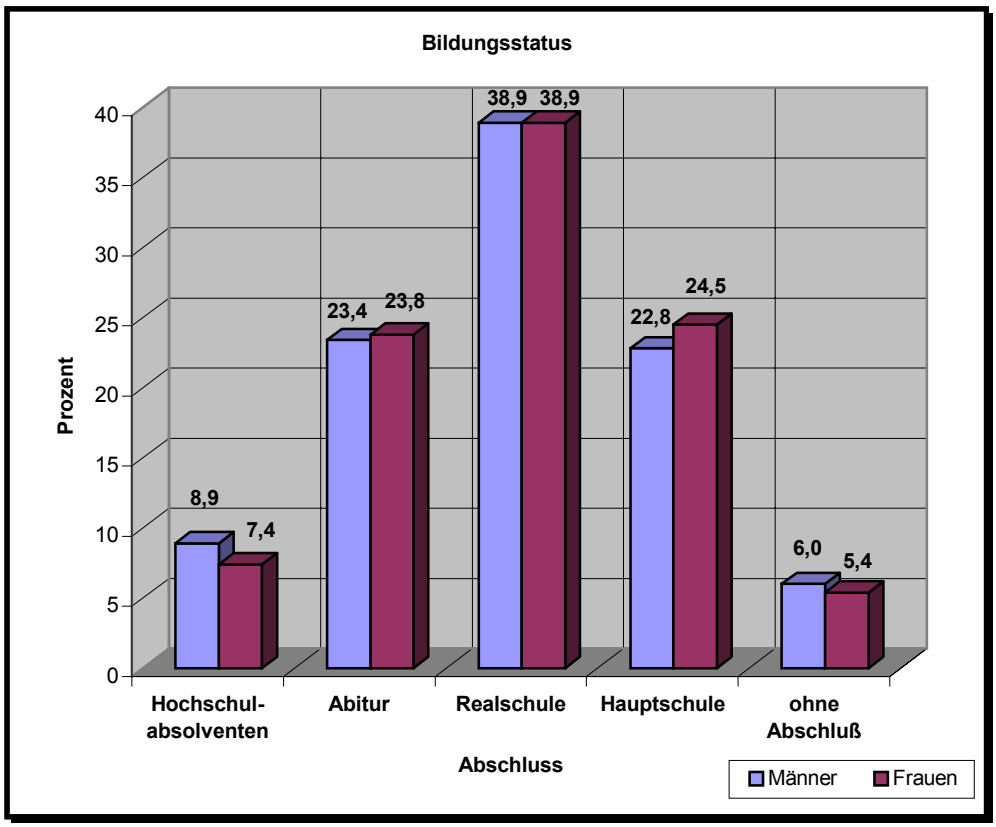

Abbildung 28: Bildungsstatus der Viersener Bevölkerung

4. Diskussion der Ergebnisse

Um den Zusammenhang zwischen den gesammelten Daten herzustellen, werden im folgenden die Ergebnisse der an der Befragung beteiligten Fitnessstudiobesucher mit den Daten des Landessportbundes Nordrhein-Westfalen sowie mit den demografischen Daten der Stadt Viersen verglichen und analysiert. Bei allen Merkmalen erfolgt eine Unterscheidung nach Geschlecht. Da bei den Kategorien Familienstand, Bildungsstatus sowie beruflicher Status keine Angaben des LSB NW vorliegen, beschränkt sich der Vergleich hier auf die Datenspektren der Stadt Viersen und der Fitnessstudios.

4.1 Soziodemografische Daten

Geschlechterverteilung

Der Bevölkerungsanteil der weiblichen und männlichen Bevölkerung der Stadt Viersen entspricht dem Landesdurchschnitt des Landes Nordrhein-Westfalen. Die Geschlechterverteilung in den Fitnessstudios und bei den Mitgliedern des LSB zeigt sich annährend entgegengesetzt (Studios F:60,7%/M:39,3%; LSB F:37,9/M:62,1%). Diese Geschlechterverteilung entspricht in etwa der Gruppenzusammensetzung in den Untersuchungen von PETRY (1990), BASKA (1991) und der Studie des LSB NW (1992). In diesen Studien sind die Frauen im Vergleich zu den Männern in den Studios ebenfalls über- und in den Sportvereinen deutlich unterrepräsentiert. Diese Geschlechterverteilung lässt sich eventuell darauf zurückführen, dass die Bedürfnisse von Männern im Fitnessstudio möglicherweise nicht entsprechend erfüllt werden. Dies kann z.B. an dem Kursangebot der Fitnessstudios liegen, das eine deutliche Ausrichtung auf Kurse mit weiblichen Interessen aufzeigt, wie z.B. Problemzonentraining oder

Kurse mit tänzerischen Elementen. Männer bevorzugen häufig individuelles Training und ziehen oftmals die Trainingsfläche den Angeboten im Kursbereich vor. Die Zahlen des DSSV (1998) belegen die Annahme, dass das Kursangebot, welches im besonderen Maße Männer wesentlich geringer anspricht, deutlich auf die Bedürfnisse von Frauen ausgerichtet ist. Der Anteil der weiblichen Kunden in Fitnessstudios lag 1997 schon bei 54% und ist weiter ansteigend.

Die starke Überrepräsentation von Männern im LSB lässt sich auf den überproportional großen Anteil von Männern im Bereich der Spielsportarten zurückführen. Die Sportspiele Fußball, Volleyball, Basketball, Hockey und Handball sind noch immer ein von Männern dominiertes Sportgebiet.

Abbildung 29 zeigt die Verteilung nach Geschlecht in der Stadt Viersen, in den Fitnessstudios und im LSB:

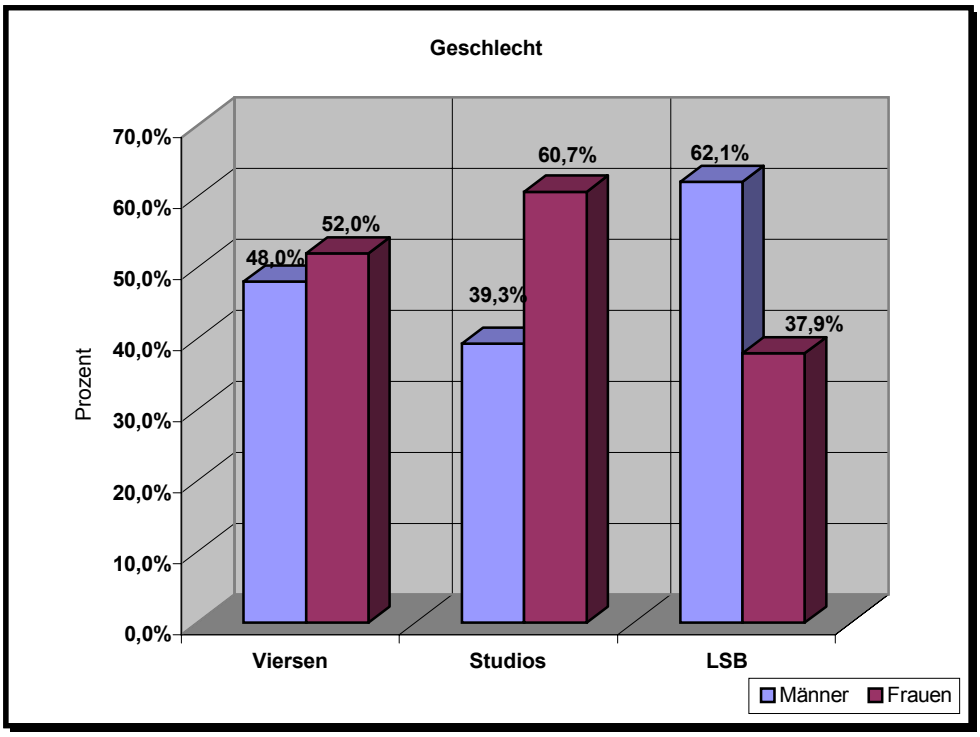

Abbildung 29: Geschlechterverteilung Stadt Viersen, Studios und LSB

Aus diesen Zahlen lässt sich für die Vereine und für die Fitnessstudios jedoch mehr interpretieren als dass Frauen gerne Kurse mit tänzerischen Elementen besuchen und Männer gerne Spielsportarten betreiben. Der Faktor Zeit ist ebenfalls von großer Bedeutung. Die Angebote der Studios sind, nicht wie bei vielen Vereinen, besonders auf die Nachmittags- und Abendstunden beschränkt, sondern auch auf den Vormittag verteilt. Dies ermöglicht vielen Müttern und Hausfrauen, diese Angebote zu nutzen und ohne „familiäre Bindungen“ Sport treiben zu können.
Wollen sowohl Verein als auch Studios ihre Mitglieder binden bzw. neue Mitglieder hinzu gewinnen, so müssen sie sich überlegen, ob sie ihr Angebot jeweils auf die unterrepräsentierte Gruppe erweitern oder sich eher schwerpunktmäßig auf eine Gruppe konzentrieren.

Alterstruktur

Die Altersstruktur der Bevölkerung der Stadt Viersen entspricht in den Alterskategorien <20, 21-30, 41-50 und 51-60 dem statistischen Durchschnitt des Landes Nordrhein-Westfalen (vgl. LANDESSPORTBUND NORDRHEIN-WESTFALEN E.V. 1998). Die Altersgruppe 31-40 zeigt bei Frauen und Männern gegenüber dem arithmetischen Mittelwert eine Differenz von -1,8% auf (Stadt Viersen 21,2%; NRW 23,0%). Somit ist diese Bevölkerungsgruppe etwas kleiner als der Landesdurchschnitt. In der Altersgruppe > 60 liegen die Werte der Stadt Viersen gegenüber dem Landesdurchschnitt um 1,9% höher (Stadt Viersen 21,3%, NRW 19,4%), d.h. in Viersen leben mehr Menschen über 60 Jahre als im Landesdurchschnitt.
Bei den Mitgliedszahlen des Landessportbundes für die Stadt Viersen fällt bei den unter 20-jährigen auf, dass der Anteil der Sporttreibenden jungen Männer und Frauen in Relation zu dem prozentualen Einwohneranteil verhältnismäßig groß ist. Mehr als ein Drittel der

Mitglieder finden sich in dieser Altersgruppe wieder. Gründe hierfür sind auf der einen Seite die z.Zt. noch recht hohen Mitgliedszahlen in den traditionellen Sportvereinen (Fußball, Handball, Basketball, Tennis, Leichtathletik) in der Stadt Viersen (vgl. LANDESSPORTBUND NORDRHEIN-WESTFALEN E.V. 1998). Diese Sportarten sind gerade in dieser Altersstufe nach wie vor beliebt. Auf der anderen Seite spielt hier der Faktor Zeit eine entscheidende Rolle für diese Altersverteilung, denn junge Menschen im Alter bis 20 Jahren sind weitestgehend nicht oder nicht so stark in das Berufleben eingebunden wie Menschen ab 20 Jahren. Junge Menschen bzw. Jugendliche können freie Zeit noch wesentlich großzügiger handhaben. Zudem gelingt in diesem Alter die Werbung für den Sportverein noch wesentlich besser, da diese Altersgruppe noch täglich in irgendeiner Form zusammen kommt und sich austauscht. Schule und Ausbildung dienen hier der Mund-zu-Mundpropaganda.

Bei den Fitnessstudiobesuchern entstammen jeweils nur 7,5% der Befragten aus dieser Altersgruppe. Dies lässt darauf schließen, dass entweder das Angebot nicht der Nachfrage und den Bedürfnissen dieser Altersgruppe entspricht oder dass finanzielle Aspekte eine Mitgliedschaft ausschließen. Diese Ergebnisse finden sich auch in der Studie des DEUTSCHEN SPORTSTUDIOVERBANDS E.V. 1998 wieder.

In der Altersgruppe der 21-30-jährigen überwiegt bei den Fitnessstudiobesuchern der Anteil der Frauen mit ca. 4,5%, bei den Mitgliedern des LSB ist die Verteilung umgekehrt, dort sind es ca. 4,5% mehr männliche Teilnehmer. Die im Vergleich zu der ersten Alterskategorie vergleichsweise geringen Zahlen sind mit einem schwindenden sportlichen Interesse und einer zeitlich höheren beruflichen Belastung zu erklären. Der höhere Frauenanteil bei den Besuchern der Fitnessstudios ergibt sich aus der stärkeren Repräsentation der Frauen in den Studios (60,8%) und der in Kapitel 3.2 skizzierten Ge-

schlechtsverteilung. Die Ergebnisse entsprechen der Studie von BASKA (1991).

Bei den 41-50-jährigen wird die überproportionale Verteilung der Frauen in den Fitnessstudios noch offensichtlicher. Auffallend in dieser Kategorie ist jedoch der fast ausgeglichene Anteil der männlichen und weiblichen LSB Mitglieder (F:18,4/M:18,1), d.h., dass in dieser Altersklasse insgesamt mehr Frauen als Männer Sport treiben. Dies kann z.T. berufliche Gründe haben, aber auch mit einem „neu erwachten“ Interesse an sportlicher Aktivität bzw. einer Umstrukturierung der Freizeitaktivitäten nach der Kinderfürsorge zusammenhängen. Die Mitgliedszahlen von Vereinen, in denen Männer und Frauen gemeinsam Sport treiben können (Tanzvereine, Kegelklubs, Betriebssportgemeinschaften), belegen, dass besonders in dieser Altersphase ein gemeinsames, geschlechterübergreifendes Sporttreiben in den Vordergrund gestellt wird. In den Studios werden besonders Aerobickurse und Problemzonengymnastik von Frauen stark frequentiert (vgl. Kapitel 3.2).

Die Zahlen in der Alterskategorie 51-60 zeigen, dass das sportliche Engagement mit wachsendem Alter zurückgeht. Besonders deutlich ist dies an den Zahlen der Fitnessstudiobesucher zu erkennen, die sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern um mehr als 70 Prozent im Vergleich zu der vorherigen Alterstufe zurückgegangen sind. Bei den Zahlen des LSB fällt auf, dass diese in Relation zu denen der Studios weniger drastisch rückläufig sind. Bei den Frauen ist eine Verringerung von lediglich ca. 25% zu verzeichnen, hingegen tritt bei den Männern ein Rückgang von mehr als 50% im Vergleich zu der vorherigen Altersstufe auf. Als Gründe für den hoch signifikanten Rückgang bei den Mitgliedszahlen der Fitnessstudiokunden sind hier zum einen die Angebote der Einrichtungen anzuführen, die vornehmlich auf Kunden im Alter von 18-40 zugeschnitten sind, zum anderen sind sicherlich auch gesundheitliche Beeinträchtigungen als

Ursache anzugeben. Der geringere Rückgang bei den Mitgliedern des LSB lässt sich mit dem auch auf ältere Menschen ausgerichteten Angebot (Tanzen, Kegeln, Wandern) erklären.
Obwohl die Einwohnerstruktur der Stadt Viersen bei den über 60-jährigen einen Anteil von über 20 Prozent aufweist, ist der Anteil der Sporttreibenden relativ gering. In Viersen scheint das Angebot für Sporttreibende nicht auf diese Alterklasse zugeschnitten zu sein.
Ursachen und Gründe, warum Menschen in der Altersgruppe 41-50 und besonders in den Gruppen 51-60 und älter als 60 im Verhältnis gesehen weniger Sport treiben, lassen sich wie folgt erklären: das Vorliegen gesundheitlicher Beeinträchtigungen (z.B. Erkrankungen des passiven Bewegungsapparates, Herz-Kreislauferkrankungen) macht es für viele Menschen fast unmöglich, sich sportlich zu betätigen (BADTKE 1999). Daneben ist oft die Angst vor Überforderung vorhanden, ebenso die Scham, bei Fehlern beobachtet oder wegen der Figur belächelt zu werden. Dies lässt vermuten, dass bei Menschen dieser Altersgruppen ein eher negatives Altersbild besteht, d.h. sie sind der Auffassung, dass in ihrem Alter kein Sporttreiben mehr möglich ist. Ein Großteil dieser Menschen hat zudem keinerlei Vorerfahrung mit dem Sport, da diese Generation nicht in dem Maße mit Sport aufgewachsen ist, wie dies bei der jüngeren Generation der Fall ist. Besonders der Besuch eines Fitnessstudios kommt aus den oben genannten Gründen nicht mehr in Frage. Dagegen ermutigt das auch auf ältere Menschen zugeschnittene Sportprogramm des LSB diese Menschen auch im „Alter“ etwas für die körperliche Fitness zu tun und sportlich aktiv zu werden. Hinzu kommt, dass besonders im Breitensportbereich „ältere“ Mitbürger in den vergangenen Jahren gezielt durch Werbekampagnen in der Öffentlichkeit auf Sportvereine aufmerksam gemacht worden sind. Zudem aktivieren die Vereine ihre älteren Mitglieder mit erweiterten Angeboten wie Wandern, Fahrradfahren usw. Diese Sportarten werden gemeinsam betrieben und

erlebt und sind vom Gesundheitsaspekt aus gesehen gut auf die Altersgruppe zugeschnitten.

Summarisch bleibt festzuhalten, dass sich die in älteren Untersuchungen ermittelten Zusammenhänge (vgl. z.B. SCHLAGENHAUF 1977) in den meisten Kategorien erwartungsgemäß auch für die Stadt Viersen bestätigten. Mit zunehmendem Alter sinkt der Anteil sportlich Aktiver deutlich ab, und zwar von 74 Prozent bei den 15-25jährigen bis auf 46 Prozent bei den über 50-jährigen. Tendenziell scheint es kaum Unterschiede im Sportengagement zwischen den Geschlechtern zu geben: 62 Prozent der Männer und 58 Prozent der Frauen sind sportlich aktiv.

Bei den Sportstudios nimmt mit zunehmenden Alter (nach dem 30. Lebensjahr) sowohl bei den Männern als auch bei den Frauen die sportliche Betätigung deutlich ab. Dies ist insofern bedenklich, weil gerade der physische Abbau ab diesem Alter verstärkt einsetzt und deshalb gesundheitsfördernde sowie die allgemeine Fitness erhaltende Maßnahmen besonders wichtig sind.

Bei den Mitgliedern des LSB NW fällt die Altersgruppenverteilung in einem anderen Verhältnis aus. Die meisten Mitglieder sind in der Gruppe der unter 20-jährigen zu finden. Dies spricht für die Annahme, dass der Verein, trotz rückläufiger Mitgliedszahlen, im Bereich der Jugendarbeit und bei den jungen Erwachsenen ein interessantes und vor allen Dingen bezahlbares Programm anbietet.

Die 21-30-jährigen sind im LSB am geringsten repräsentiert. Ein nicht kundenorientiertes sowie z.T. unattraktives Programm von Vereinsseite und die fehlende Zeit bei vielen Personen dieser Altersgruppe können hier als Gründe angeführt werden.

Die Altersgruppe der 27-60-jährigen ist im Vergleich zu den Studios stark vertreten.

In Abbildung 30 sind die Ergebnisse der Altersverteilung grafisch dargestellt.

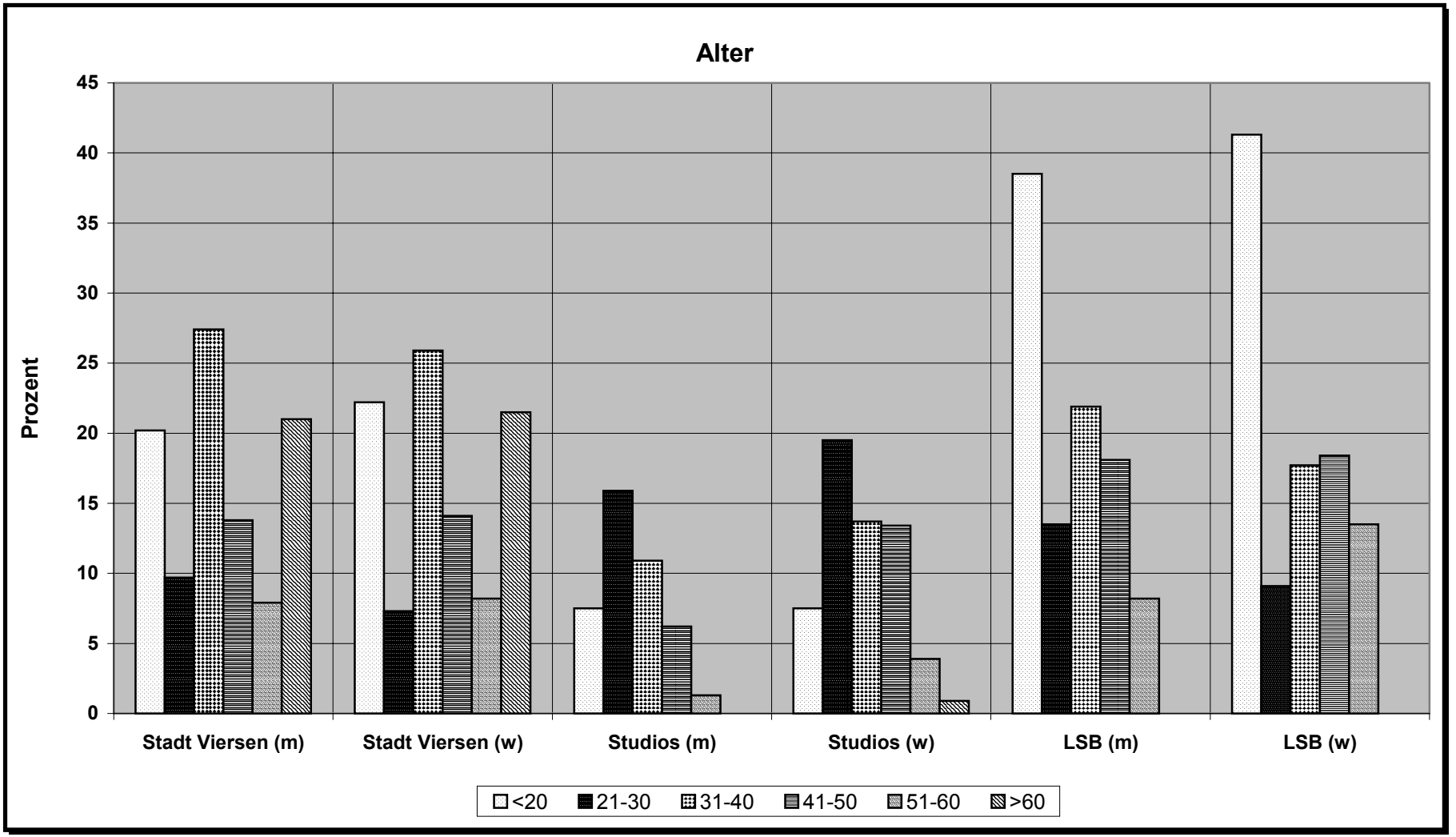

Abbildung 30: Alterstrukturen im Vergleich (Stadt Viersen/Studios/LSB)

Familienstand

Bei den Ergebnissen zu dem Aspekt „Familienstand“ sind für die Werte der Stadt Viersen keine signifikanten Unterschiede zu den Zahlen des Landes NRW festzustellen. Da der LSB NW keine statistischen Erhebungen zu dieser Kategorie durchführt, werden im folgenden nur die Zahlen der Stadt Viersen und die der Studios verglichen.

Die Gruppe der Ledigen stellt mit über 50 Prozent die mit Abstand größte Gruppe der Fitnessstudiobesucher dar. Die Frauenanteil liegt mit etwas mehr als zwei Prozent leicht über dem der Männer. Die Motive für diesen hohen Mitgliederanteil aus dem Bereich der Ledigen liegt wahrscheinlich in der Flexibilität dieser Gruppe. Ledige können ihre freie Zeit unabhängig von jeglichen familiären Bindungen verplanen. Sie sind daher am besten in der Lage, im Einklang mit ihrem Beruf auch ihre sportlichen Aktivitäten zu planen und durchzuführen. Ein Grund für den großen Anteil Lediger könnte aber auch darin zu finden sein, dass sich ein Fitnessstudio gut zur Kontaktaufnahme eignet. Dieses mögliche Motiv wird später noch einmal näher zu betrachten sein, wenn die Motive der Fitnessstudiobesucher analysiert werden.

Anders sieht die Verteilung in der Gruppe der Verheirateten aus. Bei den Verheirateten treten hoch signifikante Unterschiede zwischen Frauen und Männern auf (F:25,2%/M:11,1%). Gründe hierfür sind sicherlich in familiären und zeitökonomischen Faktoren zu finden. Viele Frauen gehen heute einer Halbtagsbeschäftigung nach oder arbeiten als Hausfrau zu Hause. Dies ermöglicht es ihnen, im Vergleich zu den Männern, mehr Zeit für Sport- und Freizeitaktivitäten aufzuwenden bzw. ihre Freizeit besser einteilen zu können.

Bei den Geschiedenen ist der Anteil der Frauen um vier Prozent höher als der der Männer.

Verwitwete Personen gehörten nicht zu den Besuchern der Studios. Auch hier treffen die in Kapitel 4.1 angeführten Gründe (Gesundheit, Angebot) zu.

Trotz des im Durchschnitt der Bevölkerung deutlich angestiegenen Lebensalters sind die Besucher der Fitnessstudios besonders dadurch gekennzeichnet, dass Ledige mit einem Gesamtanteil von über 50 Prozent stark überrepräsentiert sind. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass der Familienstand eine starke Abhängigkeit vom Lebensalter der Befragten aufweist, d.h. dass mit zunehmendem Alter der Anteil der Ledigen zurückgeht und der der Verheirateten zunimmt.

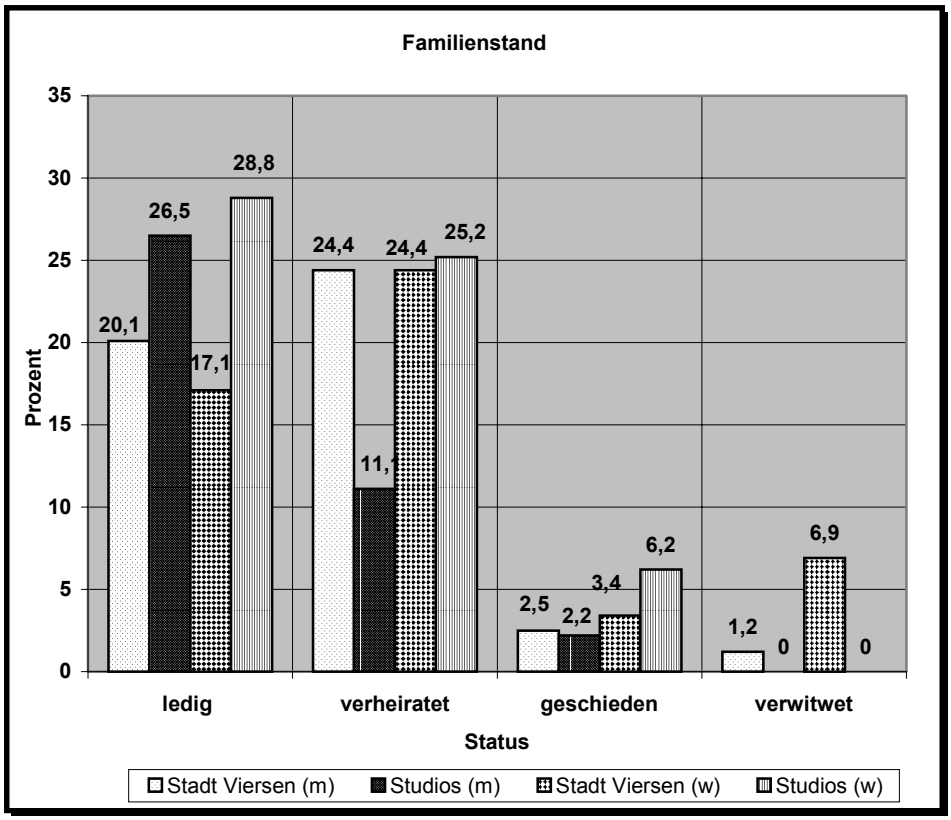

Abbildung 31: Familienstand in Stadt Viersen/Studios

Bildungsstatus

Auch bei den Zahlen zum Bildungsstatus entsprechen die demografischen Angaben der Stadt Viersen vornehmlich denen des Landes NRW. Ausnahmen bilden lediglich die Kategorien Hochschulabsolventen (Viersen: -1,9%) und Realschulabsolventen (Viersen +3,6%). Dies ist mit der Verteilung des beruflichen Status' der Bevölkerung zu erklären, die in Kapitel 3.2 dargestellt ist.

Bei den Fitnessstudiobesuchern treten bei den Hochschulabsolventen und den Abiturienten zwischen den Frauen und Männern signifikante Unterschiede auf. Mehr als ein Viertel der männlichen Kunden (27%) haben einen Hochschulabschuss, bei den Frauen sind es hingegen nur knapp ein Sechstel (15,5%). Ähnlich ausgeprägt sind die Ergebnisse bei den Abiturienten. Annährend ein Drittel (32,8%) der weiblichen Kunden haben das Abitur. Bei den Männern sind es fast ein Viertel (23,7%).

Bei den Abschlüssen Realschule und Hauptschule sind die prozentualen Unterschiede wesentlich geringer. Fast 60 Prozent aller Kunden haben einen Realschulabschluss. Der Anteil der Männer liegt hier mit 1,9% nur geringfügig höher. Bei den Kunden mit Hauptschulabschluss ist das Verhältnis fast identisch. Ungefähr 18 Prozent aller Kunden besitzen einen Hauptschulabschluss.

Ohne Abschluss sind bei den Männer lediglich 1,1%, bei den Frauen jedoch 5,8%.

Insgesamt bleibt festzuhalten, dass annähernd 50 Prozent der Fitnessstudiobesucher über einen Hochschulabschluss bzw. über das Abitur verfügen. Der Vergleichswert der Bevölkerung der Stadt Viersen liegt in diesen Kategorien bei 32 Prozent.

Aus diesen Zahlen ist abzuleiten, dass sich die Kundenpopulation von Fitnessstudios in den letzten Jahren bzw. Jahrzehnten deutlich verändert hat. Waren es in den 80er Jahren und auch Anfang der

90er Jahre hauptsächlich Männer mit niedrigem Schulabschluss (Hauptschule), die in den Studios trainierten (vgl. HANSPETER 1989), so finden wir in den heutigen Studios zunehmend Männer und Frauen mit höheren Schul- und Hochschulabschlüssen. Ein gestiegene Angebotsvielfalt sowie eine verbesserte Kundenbetreuung sind sicherlich nur einige Gründe, die diese Veränderung erklären können. Der Wandel im Gesundheitsbewusstsein, wie z.B. eine gesündere Ernährung und das Wahrnehmen von präventiven Sportangeboten, ist statistisch gesehen eher in den Bevölkerungsschichten mit höheren Schulabschlüssen zu finden (HÄSSELER 1990). Dies spiegelt sich bereits der im 2. Kapitel erwähnte Imagewechsel der Studios von der Einrichtung für den Kraftsportler zum Ort für relativ ganzheitliche sportliche Betätigung wider. In vielen Sportstudios werden zudem Ernährungsberatung, Massage und sog. „Wellness-Programme“ angeboten. Zudem zeigt diese Verteilung, dass die Kosten für eine Mitgliedschaft in einem Fitnessstudio mittlerweile stark ansteigend sind. Es ist anzunehmen, dass Mitglieder mit einem hohen Bildungsstatus in der Regel über ein besseres Einkommen verfügen, als solche mit einem niedrigeren Bildungsstatus.

Diese Veränderung des Kundenklientel ist ebenfalls in einigen der nachfolgend beschriebenen Kategorien wiederzufinden.

Die Ergebnisse des Bildungsstatus sind in Abbildung 32 grafisch dargestellt.

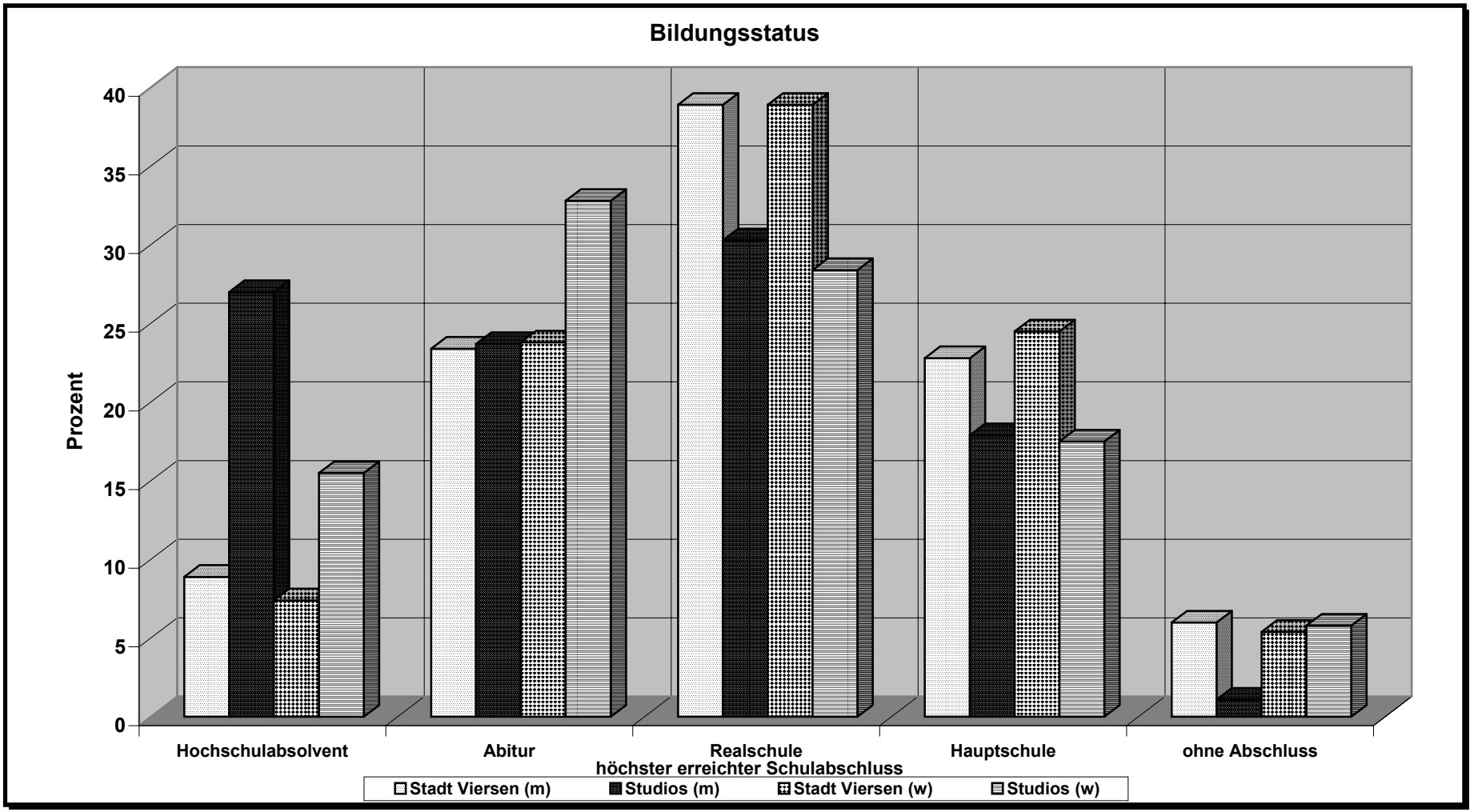

Abbildung 32: Bildungsstatus Stadt Viersen/Studios

Beruflicher Status

Bei den Ergebnissen der drei Großgruppen „erwerbstätig“, „in Ausbildung“ und „nicht erwerbstätig“ sind zwischen den Datensätzen der Stadt Viersen und den der Studios, mit Ausnahme der weiblichen Studiomitglieder und den weiblichen Bewohnern der Stadt Viersen, die sich in einer Ausbildung befinden, keine Korrelationen festzustellen (s. Tab. 13).

	erwerbstätig	in Ausbildung	nicht erwerbstätig
Stadt Viersen (m)	**55,0%**	**15,7%**	**29,3%**
Studios (m)	**71,5%**	**27,0%**	**1,0%**
Stadt Viersen (w)	**39,3%**	**34,3%**	**26,4%**
Studios (w)	**61,9%**	**35,1%**	**3,0%**

Tabelle 13: Beruflicher Status der Studiobesucher und der Bevölkerung der Stadt Viersen

In der Feingliederung dieser drei Gruppen sieht das Ergebnis wie folgt aus:

Die meisten Kunden der Fitnessstudios arbeiten als Angestellte (F:45,9%/M:33,6%). Dieses Ergebnis korreliert jedoch in keiner Weise mit den Zahlen der Stadt Viersen. Hier sind nur 5,4% der Frauen und 4,5% der Männer als Angestellte beschäftigt. Die zweitgrößte Gruppe der Studiomitglieder bilden die Schüler und Studenten (F:18,2%/M:26,5%). Auch diese Zahlen zeigen hoch signifikante Unterschiede zu den Zahlen der Stadt Viersen (F:15,3%/M:14,8%). Die Ergebnisse der beiden Gruppen legen die Vermutung nahe, dass die Angestellten auf der einen und die Gruppe der Schüler auf der anderen Seite, bedingt durch ihre relativ geregelten Arbeitszeiten, in der Lage sind, ihre freie Zeit so zu gestalten, dass für regelmäßige sportliche Aktivitäten genügend Freiraum zur Verfügung steht.

Bei den Nichterwerbstätigen fällt auf, dass nur ein verschwindend geringer Anteil von 0 bis 2 Prozent in den Studios trainiert, wohingegen der durchschnittliche Anteil der Arbeitslosen der Stadt Viersen 11,4% und der im Ruhestand befindlichen Personen 16,4% beträgt. Bei den Arbeitslosen ist der finanzielle Aspekte hier als Hauptgrund anzuführen. Bei den im Ruhestand befindlichen Personen sind körperliche und gesundheitliche Einschränkungen sowie mangelndes Interesse am Angebot der Studios als Gründe wahrscheinlich. Zudem ist in vielen Fitnessstudios die Angebotspalette nicht auf diesen Alters- bzw. Berufsstand ausgerichtet. Zunehmend wird jedoch zumindest das Angebot „Wirbelsäulentraining“ bzw. „Rückenschule“ von Ruheständlern genutzt.

Es bleibt festzuhalten, dass diese Ergebnisse auf zwei sich überlagernde und gegenseitig verstärkende Effekte zurückzuführen sind: Zum einen das besonders ausgeprägte Profil der Stadt Viersen als Arbeiter- und Dienstleistungsstadt zum anderen auf die besondere Attraktivität von kommerziellen Sporteinrichtungen für Personen in Dienstleistungsberufen allgemein und in mittleren Angestelltenpositionen speziell. Personen aus diesen Berufssparten sind in der Lage die finanziellen Aufwendungen zu erbringen und gleichzeitig haben sie in der Regel feststehende Arbeitszeiten, die ihnen ein regelmäßiges Training ermöglichen.

Die Daten zum beruflichen Status sind in Abbildung 33 grafisch dargestellt.

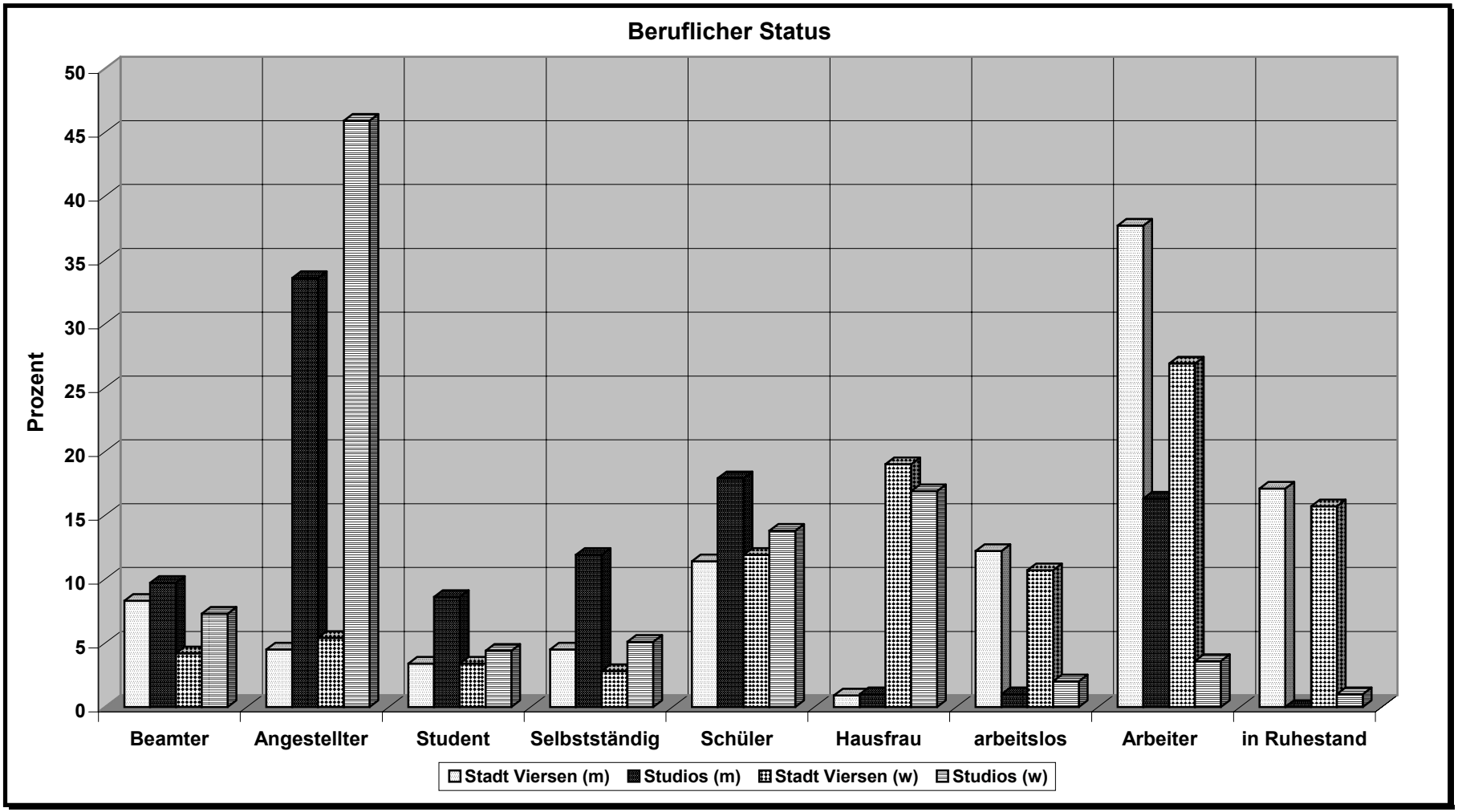

Abbildung 33: Beruflicher Status der Bevölkerung der Stadt Viersen und der Studiobesucher

4.2 Wirtschaftliche Faktoren

4.2.1 Strukturmerkmale der Fitnessstudios

Moderne Fitnessstudios sind geprägt durch eine Reihe von Strukturmerkmalen, anhand derer sich die Fitnessstudiobranche charakterisieren lässt. Nachfolgend werden die wichtigsten Merkmale beschrieben, ausgehend von Beurteilungskriterien von MRAZEK/RITTNER 1989.

- Lage und Größe
  Alle Studios liegen max. 5km vom Stadtmittelpunkt entfernt und sind sowohl mit dem Kfz als auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder zu Fuß/Fahrrad bequem zu erreichen. Alle Studios verfügen über eine annährend gleichgroße Gesamtfläche, die eine Durchschnittsfläche von 610qm ergibt.

- Räumlichkeiten
  Alle Studios verfügen über einen Eingangs- und Empfangsbereich, einen Nassbereich, einen Außenbereich, der Umkleiden und Duschen mit einschließt (zwei der Studios verfügen zusätzlich über einen Saunabereich) und Trainingsräume. Die Trainingsräume sind unterteilt in Trainingsflächen für das Training an Geräten (Kraft, Ausdauer, Cardio) sowie separate Gruppentrainingsräume für Kurse wie z.B. Aerobic u.ä.

- Angebot
  Die Kurs- und Trainingsangebote sind in Kap. 3.2ff. aufgeführt.

- Studiopersonal
  Die Studios haben durchschnittlich 14 Mitarbeiter, von denen der größte Anteil (>80%) Aushilfskräfte und Freiberufler sind.

- Öffnungszeiten
  Die Studios sind 7 Tage in der Woche geöffnet. Die durchschnittliche tägliche Öffnungszeit beträgt werktags ca. 12 Stunden (Abweichungen von +/- 2 Std.) und an den Wochenenden ca. 8 Stunden.

- Mitgliederkosten
  Die Mitgliederkosten sind stark abhängig von der jeweiligen Vertragsdauer. Die ermittelten durchschnittlichen Kosten für einen Erwachsenen mit einem sechsmonatigen Vertrag betragen in den untersuchten Studios 94 DM monatlich.

Die Wirtschaftlichkeit von Studios und Vereinen ist im wesentlichen von den Mitgliedszahlen abhängig. Nur diejenigen Einrichtungen, die über eine ausreichende Anzahl von Mitgliedern verfügen, sind in der Lage, finanzielle Engpässe zu überbrücken, ohne unmittelbar um ihre Existenz fürchten zu müssen.
Die im folgenden aufgeführten Ergebnisse zeigen, besonders in den Kategorien „Mitgliedschaftsdauer“ und „Studioerfahrung“, erkennbare Unterschiede zwischen den Studiobesuchern und den Vereinsmitgliedern.

Dauer der Mitgliedschaft

Die Zahlen der Mitgliedschaftsdauer belegen deutlich, dass die Fluktuation in den untersuchten Studios hoch ist. Nur etwas über ein Viertel (27,7%) der Mitglieder sind bereits mehr als 2 Jahre im Studio. Der Frauenanteil überwiegt hier mit etwas über 3% (F:25,9%/M:28,7%). Der fast doppelt so große Anteil der Frauen

(F:28,7%/M15,5%), die seit 1 - 2 Jahren Mitglied sind, lässt den Schluss zu, dass Frauen, im Gegensatz zu den Männern, zufriedener mit dem Angebot der Studios sind, mehr Zeit aufwenden können bzw. konsequenter trainieren (vgl. Kap. 3.2.2 ff). Eine weitere deutliche Differenz, jedoch in umgekehrter Abfolge, zeigt sich in der Gruppe 0 - 6 Monate Verweildauer im Studio. Deutlich überwiegt hier der Anteil der Männer (F:34,3%/M:48,3%). Männer scheinen entweder mit dem Angebot nicht zufrieden zu sein und verlassen das Studio schnell wieder oder zeitliche bzw. finanzielle Aspekte lassen eine Mitgliedschaft auf Dauer nicht zu. Ein ausgeglichenes Verhältnis ist bei der Gruppe der 6 - 12 Monate dauernden Mitgliedschaften zu finden (F:11,3%/M:10,3%). Diese Mitgliedschaften resultieren in der Regel aus den sog. Erstverträgen, die der Kunde als erstes mit dem Studio abgeschlossen hat. Besonders die 12 Monatsverträge sind die am häufigsten gewählte Vertragsform. Sie bieten den Kunden zum einen angemessene finanzielle Konditionen, zum anderen hat der Kunde nach einem überschaubaren zeitlichen Rahmen die Möglichkeit der Kündigung.

Absolut betrachtet, belegen diese Zahlen, dass besonders in der Fitnessbranche hohe Fluktuationszahlen häufig zu existenzgefährdenden Situationen für die Studios führen können. Andere Untersuchungen des DSSV 1998 haben gezeigt, dass ungefähr ein Viertel der Kunden nur 1 - 2 Jahre im Studio Mitglied ist, ein prozentualer Anteil von fast 50% das Studio sogar nach weniger als einem halben Jahr wieder verlässt. Ursachen sind hier in einer Unzufriedenheit der Mitglieder im Bereich des Kursangebots zu suchen sowie in einer zeitlich begrenzten Freizeit und den recht hohen monatlichen finanziellen Aufwendungen. Diese Ergebnisse bestätigen sich auch in der Studie des DEUTSCHEN SPORTSTUDIOVERBANDES E.V. von 1998. Außerdem zeigt sich hier der Unterschied zwischen den Moti-

ven Sporttreibender in Studios und im Verein. Viele Neueinsteiger in Studios wollen möglichst schnell Erfolge sehen, d.h. eine schnelle Verbesserung der Figur (Gewichtsreduktion, Muskelaufbau etc.) bzw. der körperlichen Fitness. Die theoretische Möglichkeit dieser Erfolge wird oftmals durch „Fitnessmagazine“ wie z.B. „Fit-for-Fun“ propagiert. Doch wie viel Energie und Engagement eigentlich hinter den durchtrainierten Körpern der Fotomodelle in diesen Magazinen steht, wird dem Kunden nicht genauer mitgeteilt. Dieser wird saisonal (Frühjahrskurs, Bikinifigur etc.) mit Schlagzeilen wie „Bauch-weg-in-2-Wochen“ irregeleitet und kehrt nach vielleicht 3-4 Wochen dem Studio frustriert den Rücken. Um dem entgegen zu wirken, muss die Betreuung im Studio eventuell viel stärker die Frustrationen der Mitglieder auffangen und eine realistische Prognose an die Stelle der irrealistischen setzen.

Neueinsteiger im Vereinssport suchen jedoch oftmals den Spaß am Sport selbst bzw. das Gemeinschaftliche an Mannschaftssportarten. Hier entsprechen Angebot und Erwartungen noch eher der Realität.

Die Fluktuationsrate in Sportvereinen ist demnach sehr viel geringer, da zudem durch die geringeren Beiträge kein sog. finanzieller Druck auf die Mitglieder ausgeübt wird, d.h. Vereinsmitglieder haben aufgrund der zum Studio geringeren finanziellen monatlichen Belastung eher die Möglichkeit, den Sport unregelmäßiger wahrzunehmen, ohne dabei ein schlechtes Gewissen haben zu müssen (vgl. REMMERT 1994).

Trainingshäufigkeit und Trainingsregelmäßigkeit

Die Trainingshäufigkeit von ungefähr drei Viertel (73,5%) der Mitglieder liegt mit 2-3 Trainingseinheiten pro Woche in einem Bereich, der aus trainingsphysiologischer Sicht zu empfehlen ist. Das deutet dar-

auf hin, dass diese Mitglieder das Training ernst nehmen und ein bestimmtes Trainingsziel verfolgen.

Neben der Häufigkeit der Trainingsbesuche ist des weiteren von Interesse, wie regelmäßig die Studios besucht werden. Die Frage der Regelmäßigkeit bezieht sich auf das Maß der Kontinuität über einen längeren Zeitraum hinweg, also etwa der regelmäßige Besuch an bestimmten Wochentagen. Der absolute Anteil von 82,7% zeigt an, dass die überwiegende Mehrheit der Mitglieder eher regelmäßig trainieren. Bei der geschlechtsspezifischen Betrachtung fällt auf, dass die Frauen (85,2%) die Studios regelmäßiger besuchen als die Männer (79,7%). Bei der geschlechtsspezifischen Unterscheidung in der Trainingshäufigkeit finden sich keine signifikanten Unterschiede (vgl. Kap. 3 Abb. 16 und 17).

Wenige Mitglieder (10,6%) trainieren 3-4-mal in der Woche. Hierbei ist zum einen der Faktor Zeit ausschlaggebend, zum anderen verfolgen diese Mitglieder in der Regel andere Trainingsziele. Muskelaufbau bzw. das sog. „Bodyforming“ sind hier die erklärten Trainingsziele.

17,3% der Studiobesucher trainieren eher unregelmäßig. Hierbei sind der Faktor Zeit und ein mangelndes Interesse Gründe, die besonders stark ins Gewicht fallen.

Weiterhin ist anzunehmen, dass der Anteil derjenigen, die vornehmlich an Kursen teilnehmen, in dieser Kategorie überwiegt. Untersuchungen des DSSV 1998 bestätigen diese Vermutungen.

4.3 Angebote in Studio und Verein

Die Angebotspalette der Studios und Vereine geht weit auseinander. Ein direkter Vergleich zwischen den Mitgliedern der Sportvereine und denen der Studios ist somit aufgrund des unterschiedlichen Datenmaterials nur schwer möglich bzw. teilweise nicht durchführbar. Die

Kategorien 1 und 4 des LSB (vgl. Kapitel 3.2.4 und 3.3.5) umfassen sowohl trainingsphysiologische Aspekte eines Ausdauertrainings als auch die eines Kraftausdauer- bzw. Krafttrainings. Die genauen Beweggründe, warum der Einzelne eben diesen Sport betreibt, können mithilfe dieser Kategorien nicht explizit geklärt werden. Bei den Studiomitgliedern fällt die Kategorisierung wesentlich leichter, da die Angebotspalette sehr viel enger als bei den Vereinssportlern gefasst ist. Für die Nutzung der einzelnen Angebote ergibt sich eine Verteilung, die auch bei anderen Untersuchungen zu beobachten ist (vgl. DSSV 1998). Die Angebote im Bereich Körpergestaltung/Körperformung werden im wesentlichen von Frauen wahrgenommen (70,1%). Eine Straffung bzw. die Reduzierung von sogenannten Problemzonen wie Bauch, Oberschenkel und Po stehen hier im Vordergrund. Bei der körperlichen Leistungsfähigkeit sind die Männer mit 58% führend. Ein gezieltes Muskelaufbautraining sowie der Anspruch vieler männlicher Kunden, nach dem Training das Gefühl haben zu müssen, etwas geleistet zu haben, sind hier die wesentlichen Gründe. Im Bereich Tanz wird die Führungsposition der Frau mit 87% bestätigt. Innovativ kreative Kursangebote sind die Hauptfaktoren, die die weiblichen Kunden dazu bewegen, an diesen Kursen teilzunehmen. Der Versuch, Männer durch gezielte Kurse für diesen Bereich zu gewinnen, ist in den befragten Studios mehrfach unternommen worden, jedoch nicht auf Interesse gestoßen. Die Ausrichtung der Studios im Kursbereich auf klassische Angebote zum einen und innovative Trendsportarten wie z.B. Spinning oder Thai Bo zum anderen, wird durch die vorliegenden Ergebnisse bestätigt.
Die Angebote der Studios sind in den folgenden beiden Tabellen noch einmal dargestellt.

Körpergestaltung/ Körperformung	Körperliche Leistungs-fähigkeit	Tanz
66,0%	19,5%	14,5%

Tabelle 14: Ergebnisse der Grobgliederung in den Studios (n=1492)

	Körpergestaltung Körperformung	Körperliche Leistungsfähigkeit	Tanz
Männer	29,9%	58,0%	13,0%
Frauen	70,1%	42,0%	87,0%

Tabelle 15: Ergebnisse der Grobgliederung unterteilt nach Frauen und Männern in den Studios (n=1492)

Sportarten

Eine Einteilung der Angebote fällt aufgrund der Vielzahl begrifflicher Bezeichnungen und der nicht immer eindeutig zu trennenden Inhalte schwer.

Die Angebotsvielfalt in den Fitnessstudios ist verhältnismäßig hoch. Es war deshalb notwendig, eine Klassifikation der Angebote vorzunehmen. Das erarbeitete Kategoriensystem zur Einteilung der verschiedenen Kurs- und Bewegungsangebote geht von folgender Grobgliederung aus:

- Körperliche Leistungsfähigkeit
- Körpergestaltung/Körperformung
- Tanz

Unter körperlicher Leistungsfähigkeit werden alle Sportarten zusammengefasst, die die allgemeine körperliche Leistungsfähigkeit verbessern sollen. Ziele sind die Steigerung und Aufrechterhaltung der körperlichen Leistungsfähigkeit, Belastbarkeit, Koordination, Fle-

xibilität und Ausdauer. Hierfür ergeben sich folgende Sportarten/Kurse:

- Ausdauer (Herzkreislauftraining, Fahrradergometer, Laufband, Stepper, Rudergerät, Spinning)

Die zweite Kategorie Körpergestaltung/Körperformung fasst alle Sportangebote zusammen, die das äußerliche Erscheinungsbild der Sporttreibenden in gezielter Form verändern. Die Körpergestaltung/Körperformung unterteilt sich in zwei Unterkategorien. Die eine Kategorie umfasst die Bearbeitung bzw. Beseitigung bestimmter körperlicher „Problemzonen“, wofür in den letzten Jahren eine Vielzahl von Angeboten bzw. Angebotsbezeichnungen (z.B. „Bauch-Beine-Po“, „Bauch muss weg“, „Bodyforming“, „Body-Styling“ etc.) entwickelt wurden. Die zweite Unterkategorie beinhaltet Sportangebote, die gezielt dem Muskelaufbau dienen (z.B. Wirbelsäulengymnastik, Callanatics).
Unter der Kategorie Tanz wurden alle musisch-tänzerischen Bewegungsformen zusammengefasst. Neben Aerobic existieren viele weitere, wie z.B. Step-Aerobic, Funk u.a.
Zusammengefasst stellen sich die Angebote für die Besucher der Fitnessstudios wie folgt dar:

- Ausdauer (Herzkreislauftraining, z.B. Fahrradergometer, Laufband, Stepper, Rudergerät, Spinning)
- Kraftsport (Hanteltraining, Krafttraining, Body-Building)
- Körpergestaltung (Fatkiller, Callanatics, BOP, WSG, BMW)
- Tanz (Aerobic, Step Aerobic, Funk)

Die Grobgliederung der verschiedenen Kurs- und Bewegungsangebote ergab folgende Ergebnisse: Zwei Drittel der Besucher (66%) nehmen Kurse bzw. Bewegungsangebote aus dem Bereich der Körpergestaltung und Körperformung wahr. Bei 19,5% aller Besucher steht die körperliche Leistungsfähigkeit im Vordergrund. Der Bereich Tanz ist nur für 14,5% der Kunden interessant. Mit diesem Ergebnis zeigt sich, dass für viele Studiobesucher primär das „Aussehen" wichtig ist, die Gesundheit also nachrangig von Bedeutung ist. Damit wird dem derzeitigen Körperkult Tribut gezollt, dabei kann aber davon ausgegangen werden, dass die, die etwas für ihre Körpergestaltung tun, gleichzeitig auch präventiv ihre Gesundheit unterstützen.
Das nur ein viel geringerer Teil der Kunden (und vor allem Kundinnen) den tänzerischen Bereich bevorzugen, kann damit zusammenhängen, dass es eine gewisse Scheu vor der Schwierigkeit der Schrittkombinationen gibt.

Bei der Feingliederung ergeben sich folgende Ergebnisse: der Bereich Ausdauer wird von deutlich mehr Männern in den Vordergrund der Trainingsarbeit gestellt als bei den Frauen (M:43,2%/F:32%). Auch der Kraftsport wird von fast der Hälfte aller männlichen Kunden (49,3%) betrieben. Der Frauenanteil liegt hier bei nur 19,3%. Eine umgekehrte Verteilung ergibt sich bei den Angeboten der Körpergestaltung (M:4,7%/F:27,8%) und des Tanzes M:2,8%/F:20%).
Die Ergebnisse sind in der nachfolgenden Grafik dargestellt.

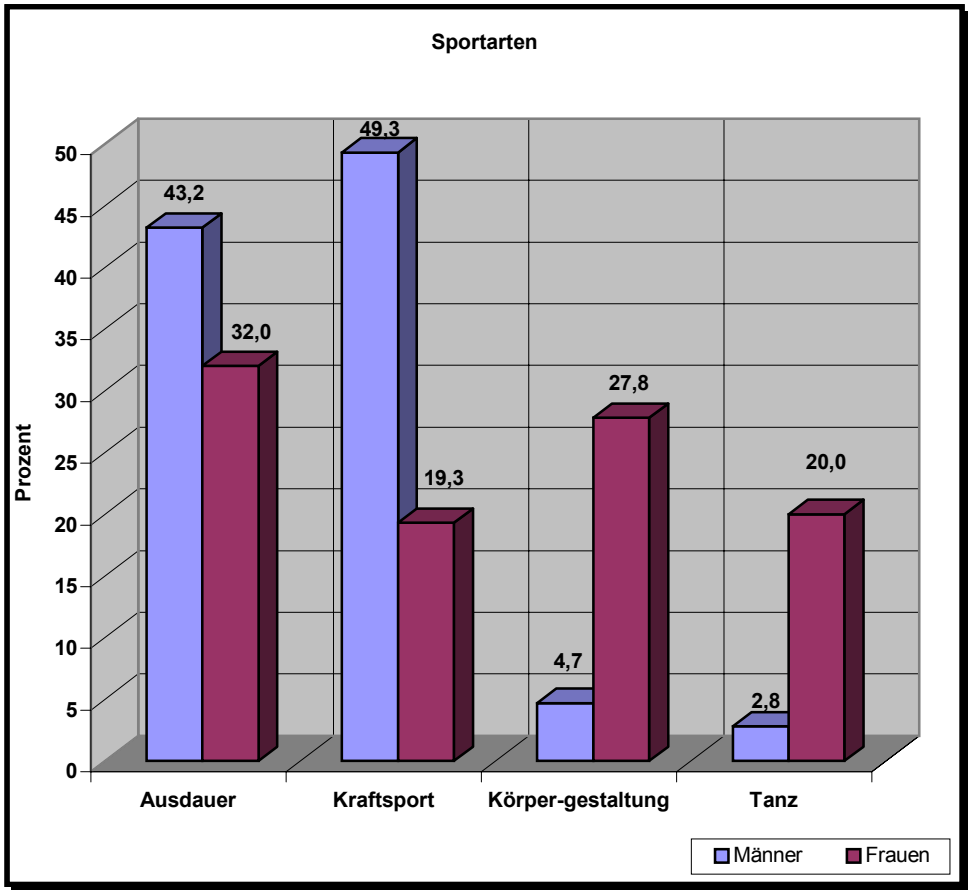

Abbildung 34: Wahrnehmung des sportlichen Angebots (n=1492)

4.4 Trainingsziele - Trainingsmotivation

Die Vielfalt der Ziele und Motive zu ermitteln, die zu einer sportlichen Aktivität in einem Fitnessstudio führen, ist nicht einfach, da sie von Person zu Person individuell sehr verschieden, meist vielfältig und nur schwer differenzierbar sind. Dennoch haben sich in zahlreichen empirischen Untersuchungen eine Reihe von Anreizen gezeigt, die eine gewisse Konstanz aufweisen.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung zeigen, dass das Hauptmotiv der Fitnessstudiobesucher von heute deutlich auf das Ziel Gesundheit ausgerichtet zu sein scheint. Für mehr als 90 Prozent der Kunden ist Gesundheit „sehr wichtig“ oder zumindest „eher wichtig“. Dies

bestätigt deutlich die These, dass der noch vor einigen Jahren aus nahezu allen Sportarten bekannte Leistungsaspekt mehr und mehr in den Hintergrund gedrängt wird und ersetzt wird durch eine sensibilisierte Einstellung der Menschen zu Gesundheit und Prävention. Jedoch korreliert das Motiv nicht immer mit der Wahl des jeweiligen Kurs- bzw. Sportangebots. So werden gerade von Frauen eher Kurse besucht, welche die Körpergestaltung in den Mittelpunkt stellen. Dagegen besuchen nur 32% der Frauen Kurse, welche die Ausdauer fördern und allgemein das Herz-Kreislauf-System stärken. Hier stellt sich die Frage, ob viele der Kundinnen falsch informiert sind oder sich dieser Tatsache nicht bewusst sind.
Das Motiv Spaß und das Abschalten vom Alltag sind ebenfalls zwei Motive, die in unserer heutigen, stressbedingten Zeit von großer Bedeutung für die Bevölkerung sind. Viele der Fitnessstudiomitglieder üben beruflich hauptsächlich sitzende Tätigkeiten aus (s. Kap. 3). Es scheint ihnen daher ein Bedürfnis zu sein, den im Beruf angestauten Bewegungsmangel durch Sport zu kompensieren.
Aber auch Motive wie die „Erhaltung der körperlichen Leistungsfähigkeit“, eine „Verbesserung durch regelmäßiges Training“ und auch eine „attraktive Figur zu bekommen“, sind für mehr als 50 Prozent der Kunden wichtige Beweggründe, um im Studio zu trainieren.

Es bleibt somit festzuhalten, dass die Motive der Studiobesucher recht facettenreich sind, gleichzeitig aber auch die Problematik eines modernen Studios darstellen, allen Kunden auf der Trainingsfläche oder durch das Kursangebot gerecht zu werden.
Nicht außer Acht zu lassen, sind neben den sportlichen Interessen die sog. „außersportlichen Angebote“, die viele Kunden dazu bewegen, regelmäßig in das Studio zu kommen. Hier sind besonders die sozialen Kontakte anzuführen, die von mehr als 40% der Mitglieder als Motiv genannt wurden. Aber auch die Nutzung der „Gastronomie“

und „Entspannung“ sind für 25% bzw. 15% der Mitglieder wichtige Angebote.

Es zeigt sich, dass Fitnessstudios gerade von Ledigen neben dem sportlichen Aspekt auch als mögliche Kontaktbörse gesehen werden. Durch den Besuch eines Fitnessstudios trifft man außerdem eine gewisse Vorauswahl, denn es ist davon auszugehen, dass ein gewisses Maß an sportlichem Engagement beim Gegenüber vorhanden ist und er eine ähnliche Freizeitgestaltung bevorzugt.

Fitnessstudios decken mit ihrer Angebotspalette neben den sportlichen Bedürfnissen auch solche nach Entspannung (Sauna, Solarium, Massage etc.) und Erholung bzw. sozialen Kontakten (Gastronomie, Veranstaltungen etc.). Damit sind sie genau auf die Bedürfnisse einer großen Bevölkerungsgruppe zugeschnitten und verschaffen sich zumindest in diesen Bereichen einen deutlichen Vorteil gegenüber den Vereinen.

Außerdem ist davon auszugehen, dass die Flexibilität, die eine Studiomitgliedschaft bietet, von großer Relevanz für die Entscheidung pro Studio und contra Verein ist. Wie im 1. Kapitel bereits erwähnt, lebt ein Verein von der ehrenamtlichen Tätigkeit und von der oftmals zeitintensiven Mitarbeit seiner Mitglieder. Die Mitglieder eines Fitnessstudios kaufen sich durch bedeutend höhere Beiträge von diesen Verpflichtungen gewissermaßen frei.

4.5 Repräsentativität der Befragung

Bezüglich der Repräsentativität der Ergebnisse der vorliegenden Befragung muss folgendes festgehalten werden: Da es sich bei der Auswahl der Studios und der Befragungspersonen nicht um ein repräsentatives Abbild der Gesamtbevölkerungsstruktur der Stadt Viersen handelt, kann mit der Untersuchung nicht der Anspruch auf Repräsentativität erhoben werden. Der Grund hierfür liegt zum einen in der regionalen Beschränkung der Untersuchung auf drei

der regionalen Beschränkung der Untersuchung auf drei Fitnessstudios in der Stadt Viersen und zum anderen an der begrenzten Dauer der Verteilung der Fragebögen. Während des Verteilungszeitraums waren in den Studios immer nur eine bestimmte Auswahl an Besucherinnen und Besuchern anzutreffen. Hieraus ergibt sich zwangsläufig eine Überrepräsentanz der regelmäßig und häufig kommenden Personen. Diejenigen Besucherinnen und Besucher, die das Angebot nur selten und sporadisch nutzen, hatten somit eine geringere Chance, einen Fragebogen zu erhalten. Die Vermutung liegt nahe, dass besonders bei dem zuletzt genannten Personenkreis, aus welchen Gründen auch immer, die „Unzufriedenheit“ und das „Desinteresse“ höher sein dürfte als unter den regelmäßig und häufig kommenden Gästen.

Dieses grundsätzliche Problem hätte man auch durch eine sog. „saubere“ Stichprobe (z.B. durch eine Zufallsauswahl aus der Computerkartei der beiden Studios) nicht lösen können, da erfahrungsgemäß die Neigung von eher passiven und (vielleicht) unzufriedenen Kunden, einen Fragebogen auszufüllen, sehr gering ist. Des weiteren wäre bei einer solchen Vorgehensweise das Risiko eines zu geringen Rücklaufs sehr viel höher gewesen, da in diesem Fall nur eine rein postalische Befragung möglich gewesen wäre.

5. Schlussbetrachtungen und Ausblick

Der seit Mitte der 80er Jahre feststellbare Sportboom in den Fitnessstudios wird immer wieder auf eine Veränderung in den Sportmotiven zurückgeführt, die mit einem gesellschaftlichen Wandel einhergeht. Spaß, Fitness und Gesundheit scheinen in den letzten Jahren als Beweggründe, die zum Sporttreiben führen, zunehmend an Bedeutung gewonnen zu haben. Traditionelle Sportmotive, wie der Wunsch nach Wettkampf und dem Erleben der eigenen Leistungsfähigkeit, treten demgegenüber für die Mehrzahl der Sportaktiven zurück bzw. verlieren an Bedeutung (vgl. Kapitel 3.2.5). Diese neueren Tendenzen wurden vor allem in großstädtischen Zusammenhängen vorgefunden (DEUTSCHER SPORTSTUDIO VERBAND e.V., HAMBURGER STUDIE 1998). Kommerzielle Sportstudios oder auch unorganisiert Sporttreibende in öffentlichen Grünanlagen sind Beispiele, an denen ein Motivwandel belegt wurde. Um die Motivstruktur der sportlichen Betätigung zu untersuchen, ist es aber gerade wichtig, auch das Sporttreiben abseits großstädtischer Zentren zu studieren. Im Rahmen der vorliegenden Viersener Untersuchung wurden deshalb u.a. die befragten Sportstudiomitglieder zu Aussagen bzgl. ihrer Beweggründe für das Sporttreiben gebeten. Dabei hat sich sehr deutlich gezeigt, dass auch bei der Viersener Stadtbevölkerung die Motive Gesundheit, Fitness und Spaß an der Spitze einer Rangliste der Motive stehen (vgl. Kapitel 3 Tab. 11). Für jeweils über 90 Prozent der Befragten sind diese Antriebe wichtig bzw. sehr wichtig für das eigene Sporttreiben. Auch tendenziell ähnliche bzw. verwandte Motive wie „vom Alltag abschalten/Stress abbauen“, „Spaß haben“ und eine „attraktive Figur bekommen“ spielen eine große Rolle. Sportliche Leistungsmotive im engeren Sinne rangieren demgegenüber deutlich nachrangig. Dies bestätigt die Beobachtungen, die in Großstädten bereits gemacht wurden und verstärkt zudem den Eindruck, dass die

druck, dass die Trendwende im Sport flächendeckend große Bevölkerungsteile erfasst hat.
Durch den Vergleich von Daten des LSB und den untersuchten Fitnessstudios sowie der einschlägigen Literatur zu dieser Thematik hat sich gezeigt, dass Fitnessstudios mit ihren vielseitigen Angeboten eine zweite, eigenständige Organisationsform von Sport neben dem Verein darstellen. Durch die Fitnessstudios wird sowohl in der Großstadt, als auch in einer Stadt wie Viersen – die in dieser Untersuchung einen exemplarischen Charakter bekommen hat – ein quantitativ nicht mehr zu vernachlässigender Anteil von Sport- und Bewegungsbedürfnissen abgedeckt und zudem neu hinzu gewonnene Antriebe zum Sporttreiben befriedigt. Gewerbliche Sportanbieter nehmen dabei explizit Bezug auf die gestiegenen Ansprüche und die vielfältigen Motive und Interessen an individualisierten Formen des Sporttreibens und der Freizeitgestaltung. Diese Ansprüche und Motive können oder wollen viele Vereine nicht befriedigen. Damit machen sich die Fitnessstudios das Prinzip von Angebot und Nachfrage zu Nutzen und erweisen sich gegenüber den traditionellen Sportvereinen oftmals in ökonomischen Belangen überlegen. Studios ziehen jedoch besonders die Sporttreibenden an, die es sich zum einen leisten können und möchten, für die Befriedigung ihrer Motive Geld zu bezahlen und die zum anderen mit der „Vereinsmeierei“, aber auch mit den Anforderungen, die der „Mikrokosmos“ Verein durch notwendiges Engagement an sie stellt, nichts gemein haben wollen.

Der Fitnessmarkt selbst weist in seinen verschiedenen Segmenten eine sehr große Dynamik auf, die auf Seiten der Anbieter und ihrer Dienstleistungsangebote durch eine hohe Fluktuationsrate gekennzeichnet ist (vgl. Kapitel 3.2.2 und 3.2.3). Damit den Bedürfnissen der oftmals hohe Beiträge zahlenden Mitglieder Genüge getan wird, müssen kommerzielle Anbieter den weltweiten Trends und Moden

folgen und ihr Angebot immer wieder verändern und verbessern. Die Stellung am Markt kann überdies angesichts fehlender Zugangsbarrieren auf Anbieterseite und ungesicherter Nachfragepotentiale auf Konsumentenseite offensichtlich nur durch eine ausgesprochene „Nischenpolitik“ und innovative Angebotsstrategien gesichert werden. Hinzu kommt die oben bereits erwähnte Notwendigkeit, sich schnell und flexibel an häufig wechselnde Sportmoden und Nachfragepräferenzen anzupassen. Es ist zu erwarten, dass nur diejenigen Studios, die diese Flexibilität aufweisen können, in der Zukunft den hart umkämpften Markt überdauern werden.

Gewerbliche Sportanbieter weisen im Hinblick auf Flexibilität und Zeitgemäßheit gegenüber Vereinen und anderen Trägern von Sportangeboten struktur- und interessenbedingte Vorteile auf. Es ist deshalb zu erwarten, dass kommerzielle Dienstleistungsangebote im Sport – unabhängig von zeitlich begrenzten Boomphasen einzelner Sportarten – als neue Organisationsform von Sport weiter an Bedeutung gewinnen werden. Diese Vorteile beruhen u.a. darauf, dass das Sporttreiben in einem Studio unverbindlicher, spontaner und selbstbestimmter ist. Zudem muss der Einzelne für das Gelingen keine Leistung – außer der finanziellen – erbringen und wird nicht durch gesellschaftliche Zwänge zur gemeinschaftlichen Aktivität „genötigt“.

Wenn wir über die Entwicklung des Sports in der Zukunft sprechen wollen, müssen insbesondere auch die Fragen gestellt werden, die sich mit der Entwicklung des Gesundheitsbewusstsein unserer Bevölkerung beschäftigen. Wie entwickelt sich dieses Bewusstein in der Zukunft? Heute bereits lassen sich zwei Tendenzen beobachten. Zum einen ist zu erkennen, dass gegenwärtig in vielen Teilen unserer Gesellschaft unser Gesundheitsbewusstsein relativ gering ausgeprägt ist, was nicht zuletzt dazu geführt hat, dass ein großer Teil

unserer Bevölkerung durch eine risikoreiche Lebensweise belastet ist (BADTKE 1999). Die Bevölkerung kennt die risikoreichen Lebensweisen, sie ändert aber ihre Einstellungen nicht. Zu denken ist dabei an das Rauchen, an ein Zuviel an Kalorien, an eine zu fett- und salzreiche Ernährung, an vielfältige psychosoziale Belastungen im Arbeitsleben sowie an ein Zuwenig an körperlichen Aktivitäten in fast allen Berufsbildern. Zum anderen zeigt sich bei bestimmten sozialen Gruppen in unserer Gesellschaft, hier ist insbesondere die obere Mittelschicht zu nennen, dass sich das Gesundheitsbewusstsein in vielen Teilen verändert hat. Es wird bewusster gelebt und Gesundheit ist zu einem wichtigen Thema geworden ist (vgl. Kapitel 4.3). Dies zeigt sich an neuen Formen der Ernährung, aber auch an neuen Formen der präventiven Vorsorge mit dem Ziel, sich durch sportliche Aktivität die mögliche Option auf ein längeres Leben zu erhalten. Hierbei stehen vor allem die Sportarten Aerobic und Jogging im Vordergrund. Diese Tendenz wird durch den gewachsenen Markt an einschlägiger Literatur gestützt, die den Interessenten Anleitungen für eine gesunde Lebensführung bietet.

Trotz dieses Trends darf aber nicht übersehen werden, dass die risikoreichen Lebensweisen bereits dazu geführt haben, dass mehr als ein Viertel der Männer in unserer Gesellschaft nicht frei von Risikofaktoren lebt. Was das Gesundheitsbewusstsein selbst betrifft, so kann man heute beobachten, dass bis zum Alter von vierzig Jahren die meisten Männer noch relativ vernünftig leben und damit ein hohes Gesundheitsbewusstsein aufweisen. Doch in den folgenden Jahrzehnten schwindet das Gesundheitsbewusstsein mehr und mehr. Bei den Frauen stellt sich diese Bewusstseinsänderung erst mit 50 Jahren ein. Diese Tendenz hat natürlich Auswirkungen auf die Zielgruppe der Fitnessstudios, die sich zunehmend die Wünsche der Frauen im Alter von 30 – 50 Jahren zu eigen machen und diese Ori-

entierung in ihrem Angebot niederschlagen lassen. Hingegen scheint die Gruppe der Männer ab 35 Jahren schwieriger zu erreichen zu sein, die dauerhafte Bindung an ein Studio misslingt häufig.

Wenn man vor dem Hintergrund dieses Tatbestandes Prognosen für die Zukunft stellen möchte, so ist es zum einen zu vermuten, dass vermehrt Anstrengungen erforderlich sind, ein neues Gesundheitsbewusstsein für alle Schichten unserer Gesellschaft zu entwickeln. Will man dieses Ziel erreichen, so wird der relative Anteil präventiver Aktivitäten gegenüber den kurativen Tätigkeiten zunehmen müssen und Tendenzen, wie sie bislang vorwiegend in der Medizin ausgeübt werden, müssen auf den gesamten Sportbereich übergreifen. Das bedeutet für den medizinischen Sektor, dass Ärzte zunehmend mehr Gesunde als Kranke zu versorgen haben werden. Das bedeutet für das Studio der Zukunft den Bedürfnissen aller oder zumindest vieler zu entsprechen. Alle Schichten der Gesellschaft sollten in der Lage sein, sich eine Mitgliedschaft leisten zu können. Beim sportlichen Training sollte besonders der Aspekt der Prävention im Vordergrund stehen, um den Bewegungsmangel, der in den meisten Berufen heutzutage auftritt, auszugleichen. Hier ist eine Zusammenarbeit mit den Gesetzlichen Krankenkassen unumgänglich. Eine Gesundheitsreform wie die der 90er Jahre scheint diesem Aspekt jedoch eher entgegenzuwirken. Zumindest gibt es mittlerweile die Möglichkeit, die Kosten für ein aus gesundheitlichen Gründen benötigtes Training in einem Fitnessstudio von den Steuern abzusetzen. Medizinisch notwendige Leistungen werden unter bestimmten Bedingungen als „Außergewöhnliche Belastungen“ anerkannt (vgl. ELTERN 2001). Dennoch sind hier noch weitreichendere Änderungen nötig.

Es ist notwendig, dass das „Sich-Bewegen“ und „Spielen“ in den Lebensalltag integriert wird, denn nur so kann aktiv Herz- und Kreis-

lauferkrankungen vorgebeugt werden. Offen ist dabei die Frage, welche Rolle die Sportvereine und Fitnessstudios bei dieser zukünftig wichtigen Aufgabe spielen können. Der klassische Sportverein ist hierbei sicher benachteiligt, da er an vorgegebene Rahmenbedingungen wie z.B. sportartspezifische Übungsstätten, Hallenbelegungszeiten u.ä. gebunden ist, die sich nur schwer verändern lassen werden. Hinzu kommen die in Kap. 2.1.3 dargestellten Rückgänge der Mitgliederzahlen in Sportarten wie z.B. Leichtathletik, Fußball oder Turnen. Andererseits kann der Verein in Zeiten der zunehmenden Individualisierung, die aber auch mit einer anwachsenden Vereinsamung einhergeht, wieder die gesellschaftliche Bedeutung erlangen, die er in vorigen Jahrzehnten hatte. Hier ist der finanzielle Aspekt ein Pluspunkt für die Sportvereine, der deutlicher hervorgehoben werden muss. Ein verändertes, zielorientierteres Konzept, könnte hier gerade die älteren, aber auch die finanziell schwächeren gesellschaftlichen Bevölkerungsteile ansprechen. Um die gesundheitspolitischen Ziele zu verwirklichen ist es notwenig, dass die Medizin – in Zusammenarbeit mit den präventiv arbeitenden Einrichtungen – spezifische Spiel- und Bewegungsprogramme erarbeiten muss, welche abgestimmt sind auf bestimmte Zielgruppen. Zu denken wäre hier an die Einordnung nach den gesundheitlichen Risiken, nach Altersklassen sowie nach Geschlecht.

Die der Studie zugrunde liegenden Ergebnisse der Viersener Befragung zeigen, dass die Gesundheit für mehr als zwei Drittel (67,7%) der Studiomitglieder sehr wichtig ist, d.h. dass das Studio von heute bereits in vielerlei Hinsicht von Kunden besucht wird, die Gesundheit und Prävention für wichtig erachten. Gleichzeitig muss aber berücksichtigt werden, dass auch in modernen Fitnessstudios unserer Zeit nicht jeder Sport angeboten werden kann und auch nicht jeder Sport, der angeboten wird, gleichzeitig präventiv und ge-

sundheitsstabilisierend ist. Das übliche Konzept des Sportartensports, welches meint, dass eine Disziplin über Jahre ausgeübt und regelmäßig trainiert wird, wird in diesem Zusammenhang nur bedingt hilfreich sein. Es wird demnach wichtiger sein, dass variable Bewegungsformen gefunden werden, die einem langfristigen Gesundheitsaspekt entsprechen und die nicht die Gefahr in sich bergen, selbst Verletzungen und Krankheiten zu erzeugen. Für die Sportvereine und Fitnessstudios bedeutet dies folgendes: So wie die Mediziner heute erkennen, dass sie in erster Linie eigentlich präventiv tätig werden müssen, sich also den Gesunden zuwenden müssen und demnach nicht lediglich „Rezeptärzte“ sein dürfen, so müssen auch der Verein und die Studios erkennen, dass sie im wesentlichen Sinne zukünftig unter anderem präventive Institutionen sind, die den Menschen langfristig zu einem Wohlbefinden verhelfen. Dabei stellt sich keineswegs die Frage, ob alles, was unter dieser Prämisse angeboten wird, noch mit dem Begriff „Sport“ zu fassen ist. Diese Frage wäre von vornherein falsch gestellt. Es geht nicht um ein semantisches oder definitorisches Problem, sondern es geht um die Bedürfnisse von Menschen, und das Bewegungs-, Sport- und Spielangebot ist gerade gut genug, welches diesen Bedürfnissen entgegenkommt. Ferner sollte diese Tendenz, präventiv Sport zu treiben bzw. Bewegung zu fördern auch auf andere Institutionen übergreifen, die es ermöglichen, schon im Kindesalter Vorsorge zu treffen. Hier wäre eine engere Zusammenarbeit mit Kindergärten und Sportvereinen wünschenswert, die sich auf Bewegungsangebote für Kinder spezialisiert haben.

Die Datenbasis der vorliegenden Analyse und die eingeschränkte Repräsentativität der untersuchten Stichprobe verbieten es, die erhaltenen Ergebnisse kritiklos auf die Gesamtheit aller Fitnessstudios bzw. aller Vereinsmitglieder des Deutschen Sportbundes zu übertra-

gen. Es ist ferner anzunehmen, dass die an der Befragung teilnehmenden Personen primär eine positive Auswahl unter allen Besuchern der Studios darstellen. Die Erhebung lässt somit nicht zu, definitive Schlüsse für die gesamte Situation zu ziehen. Die vorliegenden Ergebnisse liefern lediglich eingeschränkte Aussagen. So zeigte sich z.B. das untersuchte Kollektiv von Fitnessstudiobesuchern im Vergleich zur Normalbevölkerung der Stadt Viersen als Selektion von überdurchschnittlich gesundheitsbewussten und gebildeten Personen (vgl. Kap.3.2 ff.). Zudem hat sich gezeigt, dass im Studio der Berufsstand der Angestellten überproportional vertreten ist. In Viersen selbst ist dieser Berufsstand im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung dagegen nur unterdurchschnittlich vorhanden.

Generell fällt bei den Studiobesuchern eine relativ bedeutende rationale, vermutlich durch ästhetische Vorstellungen und einen allgemeinen Modetrend mitbeeinflusste, Motivationskomponente auf, die bei den Mitgliedern des LSB, so ist zu vermuten, nicht gleichermaßen ausgeprägt ist. Es ist anzunehmen, dass letztere mehr durch den emotionalen Sofortgewinn ihrer Aktivität motiviert sind. Gemeint sind hier u.a. spielerisch-gruppendynamische Effekte, die besonders in den Spielsportarten auftreten. Wahrscheinlich ist, dass eine vorwiegend intrinsische, das heißt vor allem durch Freude und Lustgefühle geprägte Motivation, gute Voraussetzungen für langdauernde Sportaktivitäten, im Sinne von „Lifetime-Sport“, bietet. Fitnessstudiobesucher scheinen dagegen vermehrt auch durch persönliche Idealvorstellungen (Gesundheit, Schlankheit, Mode) extrinsisch motiviert zu sein, und überdies ist der Anteil erst seit kurzer Zeit trainierender Personen recht beträchtlich. Leider liegt hier auch eine hohe „Abbrecherrate“ vor, die damit zusammenhängen kann, dass u.a. die extrinsische Motivation nicht immer ausreicht, um eine langanhaltende Bindung an ein Studio zu bewirken. Hier deutet sich an, dass die

Vereine durch ihre intrinsische Motivationsmöglichkeit einen Vorteil gegenüber den Studios besitzen, den es auszubauen gilt.

Zusammenfassend zeigt sich in dieser und anderen Untersuchungen zum Fitnesssport, dass ein zunehmendes Gesundheits- und vor allem Körperbewusstsein die Grundlage für Fitnessaktivitäten bilden. Sich im eigenen Körper wohl zu fühlen und fit zu sein, ist inzwischen ein gesellschaftliches Gut von höchstem Rang, für das hohe Investitionen getätigt werden und das die Arbeit am eigenen Körper nicht nur rechtfertigt, sondern geradezu erfordert.

Diese Studie bietet eine Grundlage für die Analyse des Struktur- und Nutzerverhaltens von Fitnessstudiobesuchern. Um für die zukünftige Forschung auf diesem Sektor eine Perspektive zu bieten, sollte zunächst einmal die Entwicklung eines Modells vorrangig sein, welches speziell auf die Trainingsmotive und das Trainingsverhalten von Fitnessstudiobesuchern eingeht. Darüber hinaus wäre eine tiefgreifende Analyse regionaler Sportvereine wünschenswert, um eventuelle Gemeinsamkeiten bzw. Unterschiede unter den jeweiligen Mitgliedern analysieren zu können und somit Aussagen und Vorschläge für Studios und Vereine geben zu können.

Um allgemein gültige Aussagen treffen zu können, wird es notwendig sein, ein breiteres Spektrum von Studios und ggf. Vereinen (auch überregional) mit unterschiedlichen Angeboten in weiteren Studien zu untersuchen.

6. Literaturverzeichnis

Abele, A.; Brehm, W.:

Wer ist der „typische“ Fitness-Sportler? Ein Beitrag zur Analyse der Sportpartizipation im Erwachsenenalter. In: Spectrum der Sportwissenschaften, 2 (1990) 2.

Antonovsky, A.:

Unravelling the Mystery of Health. San Francisco 1979.

Arnold, P.:

Health Promotion In Society, Education And The Movement Curriculum. In: Physical Education Review 2 (1991).

Badtke, G.:

Lehrbuch der Sportmedizin : Leistungsentwicklung, Anpassung, Belastbarkeit, Schul- und Breitensport. 3. neubearb. Aufl. Heidelberg 1995.

Baska, L.:

Vergleichende Studie. Die Gemeinsamkeiten und Unterschiede bei den Fitness-Studios im Verein und den Fitness-Studios von kommerziellen Sportanbietern. Frankfurt 1991.

Bässeler, R.:

Freizeit und Sport in Österreich. Wien 1989.

Bässeler, R.:

Sport und Gesellschaft: Eine Analyse kausaler Zusammenhänge zwischen Sport und Gesellschaft.
In: Amesberger, G. (Hrsg.) Sportwissenschaften im Lichte moderner Forschung. Wien 1990.

Bässeler, R.:

Trends im Freizeitverhalten der Bevölkerung unter besonderer Berücksichtigung der Sportnachfrage.
In: Schulen und Sportstätten 23 (1988).

Baur, J.:

Nachwuchsarbeit in Sportorganisationen.
Schorndorf 1991.

Bernard, M.; Seleger, U. ;Schwyn; C.; Denoth, J.:

Physiologische, soziale und motivationale Charakteristika von Fitnesscenterbesuchern. Schweiz. Z. Sportmed. 37 (1989).

Beuker, F.:

Fitness – Heute. Erkrath 1993.

Bös, K.; Woll, A.:

Kommunale Sportentwicklung. Eine empirische Untersuchung zu den Entwicklungsmöglichkeiten des Sports in Bad Schönborn. Erlensee 1989.

Bös, K.; Brehm, W.:

Gesundheitssport. Schorndorf 1998.

6. Literaturverzeichnis

Bredenkamp, A.; Hamm, M.:
Trainieren im Sportstudio. Bünde 1990.

Brehm, W.; Pahmeier, I.:
Aussteigen oder Dabeibleiben? Bruchstellen einer Breitensportkarriere und Bedingungen eines Ausstiegs.
In: Spectrum der Sportwissenschaften, 2 (1990) 2.

Brettschneider, W.-D.; Bräutigam, M.:
Sport in der Alltagswelt von Jugendlichen: Forschungsbericht. Frechen 1990.

Brinkhoff, K.-P.; Ferchhoff, W.:
Jugend und Sport: Eine offene Zweierbeziehung. 1. Aufl., Zürich 1990.

Brockhaus:
Die Enzyklopädie: Studienausgabe, 20. überarbeitete Auflage. Leipzig 2000.

Buggel, E.:
Die gesellschaftlichen Anforderungen an die Forschung auf dem Gebiet des Freizeit- und Erholungssports. Wiss. Z. DHfK 13 (1971) 29.

Bulletin of the World Health Organization:
The international journal of pubic health. Geneve 1947.

Cachay, K.:
Sport und Gesellschaft. Schorndorf 1988.

Darwin, C.:

Über die Entstehung der Arten durch natürliche Zuchtwahl. 1859.

Der Spiegel: 4 (1983). Hamburg 1983.

Deutscher Sportbund:

Bestandszahlen 1999. Frankfurt am Main 1999.

Deutscher Sportstudio Verband e.V.:

Eckdaten der deutschen Fitnessbranche von 1990-1997. Hamburg 1998.

Deutscher Sportstudio Verband e.V.:

Eckdaten der deutschen Fitnessbranche von 1990-2000. Hamburg 2000.

Deutscher Sportstudio Verband e.V.:

Zur Nachfragestruktur in kommerziellen Fitness-Anlagen — Ergebnisse einer empirischen Untersuchung. Hamburg 1998.

Dietrich, K.:

Kommerzielle Sportbetriebe – Konkurrenz für die Vereine? Neue Formen des Sportangebots.
In: Gieseler, K.; Grupe; O.; Heinemann, K. (Hrsg.) Menschen im Sport 2000. Schorndorf 1988.

Digel, H.:

Über den Wandel der Werte der Gesellschaft, Freizeit und Sport.
In: Deutscher Sportbund (Hrsg.): Die Zukunft des Sports. Schorndorf 1986.

Digel, H.:

Sport im Verein und im Verband. Schorndorf 1988.

Digel, H.:

Schule und Sportverein. Darmstadt 1993.

Digel, H.:

Sport in a Changing Society. Schorndorf 1995.

Dietrich, K.; Heinemann, K; Schubert, M.:

Kommerzielle Sportanbieter. Schorndorf 1990.

Dishman, R.K.:

Exercise adherence and habitual physical activity.
In: Morgan, W.P. Philadelphia 1992.

Eltern: 7 (2001). München 2001.

Ferchhoff, W.:

Jugendkulturen – Faszination und Ambivalenz. Weinheim 1995.

Forsa:

Umfrage „Sportliche Aktivität und Fitness“. 1986.

Goldstone, E. (Eds.):
Exercise and mental health. Washington 1987.

Grupe, O.:
Sport als Kultur. Zürich 1987.

Grupe, O.:
Einblicke. Schorndorf 1999.

Hanspeter, E.:
Fitnesscenter Benutzerverhalten. Zürich 1989.

Heinemann, K.:
Die Zukunft des Sports. Schorndorf 1986.

Heinemann, K.:
Ehrenamtliche und Hauptamtlichkeit in Sportvereinen. Schorndorf 1992.

Heinemann, K.:
Der Sportverein : Ergebnisse einer repräsentativen Untersuchung. 1.Aufl. Schorndorf 1994.

Heinemann, K.:
Einführung in die Soziologie des Sport. Schorndorf 1998.

Heuwinkel, D.:
Sport in Kreis Minden-Lübbeke. Ausgewählte Ergebnisse einer Untersuchung zum Sportverhalten. Hannover 1989.

Hollmann, W.:
Lexikon der Sportmedizin. Heidelberg 1995.

Hollmann, W.:
Sportmedizin. Stuttgart 2000.

Höller, J.:
Fitness erfolgreich vermarkten. Mannheim 1991.

Kamberovic, R.; Schwarze, B:
Fitness-Wirtschaft. Das Fachbuch für Sportstudios und Fitnesscenter. Hamburg 1992.

Kamberovic, R.; Hase; T.:
Fitness & Profit. Das Fachbuch für Betreiber von Freizeitanlagen und Existenzgründer. Hamburg 1994.

Kurz, D.:
Vom Sinn des Sports. In: Deutscher Sportbund (Hrsg.): Die Zukunft des Sports. 1986.

Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen (LDS):
Datenspektrum für Viersen, Stadt – Kreis Viersen Regierungsbezirk Düsseldorf. Düsseldorf 1997.

Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen (LDS):
Datenprofil für Viersen, Stadt – Kreis Viersen Regierungsbezirk Düsseldorf. Düsseldorf 1997.

Landessportbund Nordrhein-Westfalen e.V.:

Sportjugend Nordrhein-Westfalen (2) 1981. Duisburg 1981.

Landessportbund Nordrhein-Westfalen e.V.:

Statistik A-Zahlen Stadt Viersen. Bestandserhebung 1998.

Martin, D.:

Handbuch Trainingslehre. Schorndorf 1991.

Messinger, H.:

Langenscheidts Großes Schulwörterbuch Deutsch – Englisch. Neubearbeitung. Berlin 1988.

Mrazek, J.; Rittner, V.:

Wunschobjekt Körper.
In: Psychologie heute. 13 (1986) 12.

Oldridge, N.B.:

Compliance with exercise in cardiac rehabilitation.
In: Dishman, R.K. (Ed.): Exercise adherence. Its impact on public health. 1984.

Opaschowski, H.W.:

Sport in der Freizeit. Mehr Lust als Leistung. Auf dem Weg zu einem neuen Sportverständnis. BAT Freizeit-Forschungsinstitut 1986.

Petry, K.:

Fitness-Studios in geschlechtsspezifischer Wahrnehmung – Eine empirische Untersuchung im Fitness-Studio der Hamburger Turnerschaft von 1816. Unveröffentlichte Diplomarbeit. Deutsche Sporthochschule Köln 1990.

Pfister, G.:

Geschlechtsspezifische Sozialisation und Koedukation im Sport. Berlin 1983.

Rampf, J.:

Drop-Out und Bindung im Fitness-Sport. Hamburg 1999.

Remmert, S.:

Empirische Untersuchung in Fitness-Studios. Köln 1994.

Ridder, P.:

Einführung in die medizinische Soziologie. Stuttgart 1998.

Rittner, V.:

Der Stellenwert des Sports in der modernen Gesellschaft. Köln 1991.

Rittner, V.:

Gesundheit im Kreis Neuss: präventive Potentiale in der Bevölkerung und Möglichkeiten ihrer Nutzung im Öffentlichen Gesundheitsdienst. 1. Aufl., Köln 1994.

Rösch, E.:

Etymologie und Phänomenologie eines Begriffes. In: Fitness – Heute. Erkrath 1993.

Röthig, P.:

Sportwissenschaftliches Lexikon. Schorndorf 1992.

Röthig, P.; Größing, S.

Sport und Gesellschaft. Kursbuch für die Sporttheorie in der Schule. 1995

Sack, H.-G.:

Soziale Funktion des Sportvereins im Jugendalter. 1. Aufl. Frankfurt/M. 1980.

Sack, H.-G.; Brinkhoff, K.-P.:

Sport und Gesundheit im Kindesalter: der Sportverein im Bewegungsleben der Kinder. Weinheim 1999.

Singer, R.:

„Ist Sport im Verein am schönsten?" - Probleme des heutigen Sportvereins. Darmstadt 1989.

Schlagenhauf, K.:

Sportvereine in der Bundesrepublik Deutschland. Teil I: Strukturelemente und Verhaltensdeterminanten im organisierten Freizeitbereich. Schorndorf 1977.

Schmidt, H.:

Philosophisches Wörterbuch. 20. Aufl. Stuttgart 1978.

Schröder, J.:

Jugendarbeit im Sportverein 2000. Schorndorf 1991.

Schulke, H.-J.:

Gesundheit in Bewegung. Aachen 1992.

Schulke, H.-J.:

Gesundheitssport und public health. Freiburg 1997.

Sportjugend Nordrhein-Westfalen: 2 (1987). Essen 1987

Stadt Viersen:

Fachbereich Recht und Ordnung – Statistik und Wahlen. Viersen 1998.

Stemper, T.:

Effekte des gerätegestützten Fitnesstrainings – Veränderung anthropometrischer und physiologischer Parameter durch Training an Fitnessgeräten. Hamburg 1998.

Stemper, T.:

Gesundheit-Fitness-Freizeitsport: Praxis des modernen Gesundheitssports. Köln 1988.

Statistische Bundesamt:

Sachgebiet Bevölkerung. Wiesbaden 2000.

Tiemann, M.:

Fitneßtraining als Gesundheitstraining. Schorndorf 1997.

Voigt, D.:

Sportsoziologie, Soziologie des Sports. Frankfurt am Main 1992.

Wagner, P.:

Soziologie der Moderne. Frankfurt am Main 1995.

Wieland, H.:

Kommunale Freizeitsportuntersuchungen: Theoretische Ansätze – Methoden – Praktische Konsequenzen. Bd. 2. Frankfurt/M. 1991.

Abkürzungsverzeichnis

AAPHER	American Association for Health, Physical Education and Recreation
AOK	Allgemeine Ortskrankenkassen
DSB	Deutscher Sportbund
DSSV	Deutscher Sportstudio Verband
DTSB	Deutscher Turn und Sportbund [der DDR]
F	Frauen
IOC	International Olympic Committee
LSB	Landessportbund
M	Männer
NOK	Nationales Olympisches Komitee
NW	Nordrhein-Westfalen
WHO	World Health Organization

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Prozentualer Rückgang der Mitgliederzahlen in den Sportarten Leichathletik, Fußball, Turnen und Schwimmen in den Jahren 1995 - 1997 (DEUTSCHER SPORTBUND 1998)
Abbildung 2	Entwicklung der Mitgliederzahlen des DSB von 1980-1997
Abbildung 3	Altersverteilung der Mitglieder des DSB (DEUTSCHER SPORTBUND 1998)
Abbildung 4	Entwicklung der Fitnessstudios in Deutschland von 1980 bis 2000 (DSSV 2000)
Abbildung 5	Entwicklung der Mitgliederzahlen in Fitnessstudios von 1980 bis 2000 (DSSV 2000)
Abbildung 6	Durchschnittliche Mitgliederzahl pro Studio (1990-2000) (DSSV 2000)
Abbildung 7	Untersuchungspopulation sowie nicht erfasste Mitglieder
Abbildung 8	Anteil der männlichen und weiblichen Befragten
Abbildung 9	Altersstruktur nach Geschlecht
Abbildung 10	Beruflicher Status Männer und Frauen

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 11	Bildungsstatus Männer und Frauen
Abbildung 12	Private Lebenslage
Abbildung 13	Art des Zuganges
Abbildung 14	Mitgliedschaftsdauer
Abbildung 15	Anderweitige Studioerfahrung
Abbildung 16	Trainingshäufigkeit pro Woche
Abbildung 17	Aufenthaltsdauer im Studio
Abbildung 18	Verteilung der Sportarten
Abbildung 29	Wahrnehmung außersportlicher Angebote
Abbildung 20	Mitglieder im LSB der Stadt Viersen
Abbildung 21	Anteil der weiblichen und männlichen im LSB der Stadt Viersen
Abbildung 22	Altersgruppen des LSB in der Stadt Viersen

Abbildung 23	Kategorisierung der Sportarten
Abbildung 24	Anteil der männlichen und weiblichen Bevölkerung der Stadt Viersen in Prozent
Abbildung 25	Prozentuale Altersverteilung der Bevölkerung der Stadt Viersen
Abbildung 26	Familienstand der Viersener Bevölkerung
Abbildung 27	Beruflicher Status der Viersener Bevölkerung
Abbildung 28	Bildungsstatus der Viersener Bevölkerung
Abbildung 29	Geschlechterverteilung Stadt Viersen, Studios und LSB
Abbildung 30	Altersstrukturen im Vergleich (Stadt Viersen/Studios/LSB)
Abbildung 31	Familienstand in Stadt Viersen/Studios
Abbildung 32	Bildungsstatus Stadt Viersen/Studios
Abbildung 33	Beruflicher Status der Bevölkerung der Stadt Viersen und der Studiobesucher
Abbildung 34	Wahrnehmung des sportlichen Angebots

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Mitgliederzahlen im DSB in Jahren 1970 – 1997
Tabelle 2	Durchschnittsalter der Studiobesucher in Jahren
Tabelle 3	Unterscheidung der Studiobesucher in erwerbstätig, in Ausbildung und nicht erwerbstätig
Tabelle 4	Art des Zuganges in Prozent
Tabelle 5	Mitgliedschaftsdauer in Prozent
Tabelle 6	Anderweitige Studioerfahrung
Tabelle 7	Trainingshäufigkeit pro Woche
Tabelle 8	Ergebnisse der Grobgliederung
Tabelle 9	Ergebnisse der Grobgliederung unterteilt nach Frauen und Männern
Tabelle 10	Motive für das Training im Fitnessstudio
Tabelle 11	Anzahl der Sportvereine in der Stadt Viersen sowie prozentuale Verteilung der Bevölkerungsgruppen
Tabelle 12	Beruflicher Status der Viersener Stadtbevölkerung
Tabelle 13	Beruflicher Status der Bevölkerung der Stadt Viersen und der Studiobesucher
Tabelle 14	Ergebnisse der Grobgliederung in den Studios

Tabelle 15	Ergebnisse der Grobgliederung unterteilt nach Frauen und Männern in den Studios

Anhang: Informationsschreiben Mitglieder

Wolfram Dreßler
Kölner Str. 229
40227 Düsseldorf

Viersen, den 15.10.1998

Liebe Mitglieder,
im Rahmen meiner sportwissenschaftlichen Dissertation bei Herrn Prof. Dr. med. F. Beuker am Institut für Sportwissenschaft der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf führe ich in einigen Fitnessstudios der Stadt Viersen eine Untersuchung mit dem Thema

Angebot und Nutzerstrukturen bei kommerziellen Fitnessstudios – eine soziologisch-empirische Untersuchung in Fitnessstudios und Sportvereinen in der Stadt Viersen.

durch.
In den kommenden Wochen werde ich in verschiedenen Viersener Fitnessstudios Fragebögen verteilen, die als Grundlage für meine Arbeit dienen. Das Ausfüllen der Fragebögen wird ungefähr 10 Minuten in Anspruch nehmen. Die erhobenen Daten unterliegen selbstverständlich dem Datenschutz und werden vertraulich behandelt.

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit,
mit sportlichen Grüßen

Wolfram Dreßler

Anhang: Fragebogen

Fragebogen

1. Geschlecht □ männlich □ weiblich

2. Wie alt sind Sie?

3. Beruflicher Status:

I. erwerbstätig	**II. in Ausbildung**	**III. nicht erwerbstätig**
□ Angestellter	□ Student	□ Rentner/Pensionär
□ Beamter	□ Lehrling	□ Hausfrau/Hausmann
□ Arbeiter	□ Schüler	□ arbeitslos
□ selbständig	□ Umschüler	

4. Bildungsstatus

□ Hochschulabsolvent

□ Abitur

□ Realschulabschluss

□ Hauptschulabschluss

□ ohne Abschluss

5. Private Lebenslage (Familienstand)

□ ledig

□ verheiratet

□ geschieden

□ verwitwet

6. Wie sind Sie auf unser Studio aufmerksam geworden?

□ Hinweis von Freunden, Bekannten oder Verwandten

□ mir ist der Club im Vorbeigehen/-fahren aufgefallen

□ Werbeanzeige in Tageszeitung, Wochenzeitung o.ä.

□ Prospektmaterial, Informationsbroschüre

□ Empfehlung durch „Experten“ (Arzt, Therapeut o.ä.)

□ Zeitungsberichte

7. Wie lange besuchen Sie schon dieses Studio?

□ 0-6 Monate □ 6-12 Monate □ 1-2 Jahre

□ länger als 2 Jahre

8. Waren Sie vorher Mitglied in einer anderen kommerziellen Einrichtung (z.B. anderes Fitnessstudio, Verein etc.)?

□ ja □ nein

9. Wie häufig in der Woche trainieren Sie?

□ 1x □ 2-3x □ 4-7x

10. Wie regelmäßig trainieren Sie?

□ eher regelmäßig □ eher unregelmäßig

11. Wie lange halten Sie sich im Fitnessstudio auf?

□ bis 1,5 Std. □ 1,5-2,5 Std. □ mehr als 2,5 Std.

12. Wie lange treiben Sie während ihres Aufenthalts im Sportstudio aktiv Sport?

□ weniger als 1Std. □ 1-1,5 Std. □ mehr als 1,5 Std.

13. Welche Sportart(en) üben Sie im Sportstudio aus bzw. welche(s) Kursangebot(e) nehmen Sie wahr?

- Ausdauer (Herzkreislauftraining: z.B. Fahrradergometer, Laufband, Stepper, Rudergerät, Spinning)
- Kraftsport (Hanteltraining, Krafttraining, Body-Building)
- Körpergestaltung (Fatkiller, Callanatics, BOP, WSG, BMW)
- Tanz (Aerobic, Step Aerobic, Funk)

14. Wenn Sie sich im Studio aufhalten, aber gerade nicht Sport treiben: Wie verbringen Sie diese Zeit, d.h. welche sonstigen Aktivitäten üben sie aus bzw. welche Angebote nehmen Sie wahr?

- Solarium; Sauna
- Gastronomie (Theke, Essen, Trinken, etc.)
- soziale Kontakte („sich unterhalten“, Geselligkeit, etc.)
- Entspannung (Lesen, TV, etc.)
- Feste, Feiern

15. Wie wichtig ist es für Sie, diesen Sport auszuüben? Kreuzen Sie bitte an, wie wichtig bzw. unwichtig Ihnen folgende Aspekte dabei sind.

Ich möchte hier vor allem....

	sehr wichtig	eher wichtig	eher unwichtig	sehr unwichtig
• etwas für meine Gesundheit tun				
• körperlich leistungsfähiger werden				
• durch regelmäßiges Training besser werden				
• eine attraktive Figur bekommen bzw. behalten				
• Spaß haben				
• vom Alltag abschalten/Stress abbauen				

Eidesstattliche Versicherung

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit ohne Hilfe Dritter 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.

Wiesbaden, 31.10.2002

Matthias-Claudius-Str. 24
65185 Wiesbaden

Telefon 0611-1667152
e-mail: wolframdr@hotmail.com

Wolfram Dreßler

Persönliche Angaben	Familienstand: ledig
	Geburtsdatum: 19.8.1972
	Geburtsort: Buxtehude
	Kinder: Wolfram Leander, geb. 17.06.2001
	Staatsangehörigkeit: deutsch
	Eltern: Joachim Dreßler, Oberst i.G. a.D., Christiane Dreßler, geb. Hellge
Schule	1979-1982 Grund- und Hauptschule Bammental, Baden Württemberg
	1982-1983 Gemeinschaftsgrundschule Unterbeberich Viersen, NRW
	1983-1989 Humanistisches Gymnasium Viersen, NRW
	1989-1990 Sandy High School, Utah, USA . Abschluss High School Diplom
	1990-1992 Gymnasium Alt Viersen, NRW Abschluss Abitur
Studium **Referendariat**	1994-1998 Studium an der Heinrich-Heine Universität Düsseldorf Lehramt SI/SII Englisch, Sport; 1. Staatsexamen
	1996-1998 Zweithörer Ruhruniversität Bochum Sportwissenschaften
	1.2.1999- Referendariat am Gymnasium Vohwinkel, Wuppertal 31.1.2001 [Studienseminar I Wuppertal Schulform Gymnasium], 2. Staatsexamen
Sprachkenntnisse	Englisch, Latein, Französisch
Berufliche Tätigkeit	1.3.2001-31.8.2002 Studienrat z.A. am Dilthey Gymnasium Wiesbaden mit den Unterrichtsfächern Englisch und Sport
	seit 1.9.2002 Studienrat am Dilthey Gymnasium Wiesbaden
Wehr-/Ersatzdienst	1.7.1992-30.6.1994
	12. Luftwaffenausbildungsregiment 2 Budel/NL; erlangter Dienstgrad: Leutnant der Reserve