



Peter Zellmann

Fitness in Zahlen

Modesport zwischen Boom und Bumerang

Für die **Freizeitforschung** liegt der Schluss nahe: Den Fitnessstudios ist ein ähnlicher Weg vorgezeichnet wie den Kino-Centers. Durch ein Überangebot wird zuerst den Kleinen die Luft ausgehen, dann werden sich die Großen über den Preis kaputt machen.

Auch die **Fitnessanbieter** sollten die Warnungen der Freizeitforschung ernst nehmen:

Was täglich größer wird ist die Zahl des Freizeitangebotes.

Dabei stehen Medien (auch die neuen!), Sport, Kultur, Unterhaltung und letztlich auch der Tourismus im Anbieter-Dauerstress:

Die Zahl der **Interessenten** bleibt etwa stabil, die Zeit der Konsumenten ist aber nicht ebenso erweiterbar wie das Angebot!

Den **Fitnesskonsumenten** kann es freilich recht sein: sie werden zwar entgegen den eigenen Beobachtungen der professionellen Fit-Werbetrommler, trotz großer Kampagnen und Ankündigungen, kaum mehr - Qualität und Preis/ Leistungsverhältnis werden aber vorerst durch den einsetzenden Konkurrenz- kampf zu ihren Gunsten entschieden.

Steigende Umsatzzahlen sind dabei, übrigens wie in der Tourismuswirtschaft, jedenfalls kein Nachweis für mehr Teilnehmer.

Die Anstrengungen der **Verbände und Vereine** sich verlorenes Freizeitsport- Terrain zurück zu erobern verschärfen die Konkurrenz- und damit wohl auch die finanzielle Situation vieler Anbieter, machen aber aus den ÖsterreicherInnen noch lange keine verlässlichen Sportler.

Seit Mitte der 90er Jahre ist freilich ein **steigendes Interesse** an den Angeboten der Fitnessbranche nachzuweisen.

Im Jahr 1994 haben 4 von 5 Personen „noch nie ein Fitnessstudio“ betreten. In diesem Winter sank dieses Desinteresse auf 71%.

Was wir in einer Akzeptanzstudie über das Freizeitangebot (vgl. ZELLMANN 1999) bereits 1998 entdeckt haben, scheint sich nun zu bestätigen. Interesse und Neugier sind nicht gleichzusetzen mit nachhaltiger Akzeptanz und einer Änderung des Lebensstils.

So ist der Besuch eines Studios für 14% (!) der 29% Fitnessinteressierten schon länger her. Jeder zweite steigt also wieder aus!

Noch 1994, vor dem großen Werbeschub, war die Bindung deutlich enger (8% von 22%).

Entspricht das Angebot nicht den Erwartungen, oder legen sich die Freizeit- sportler die „Latte einfach zu hoch“ und geben mangels Erfolgserlebnissen zu früh auf?

Der regelmäßige Besuch im Fitnesscenter ist bei der potentiellen Zielgruppe jedenfalls von 30% auf 25% zurück gegangen.

Die Gelegenheitsbesucher nahmen im gleichen Zeitraum daher um 5% zu.

Bleibt die Frage offen, ob das jener Boom ist, mit dem manche Brancheninsider so zufrieden sind?

Zu bedenken ist, dass von den 5% (Bevölkerungsanteil) der derzeitigen Gäste in Fitnessstudios etwa drei Viertel eine längere Bindung eingegangen sind:

Das mag viele „Experten“ doch einigermaßen überraschen:

260.000 ÖsterreicherInnen sind die wirklich verlässliche Kalkulationsbasis für eine Branche die jüngsten Medienberichten zufolge vorgibt etwa drei mal so viele Freizeitsportler - derzeit - zu betreuen.

Die Relation ist aber „sportbewährt“:

Auch die Verbände (Vereine) machen aus einer guten Million Menschen (Mitgliedern) seit Jahrzehnten beharrlich drei Millionen (Mitgliedschaften).

Die konstruktiv gemeinte Frage der empirischen Sozialforschung die sich daraus ableitet ist aber: Wem sollen diese Übertreibungen auf Dauer nützen?

Statt der Erfolgsmeldungen muss die Botschaft doch lauten: viel zu wenige ÖsterreicherInnen betreiben regelmäßig Sport.

Die **Förderungen** im Sport sind auf diese tatsächliche Interessens- und Teilnehmerlage abzustimmen.

Wenn es stimmt, dass das „System Sport“ dem Staat 3,5 Milliarden Schilling einbringt (vgl. Weiss 2001), dann muss über effiziente Förderungsmaßnahmen nachgedacht werden.

Das Sporttreiben des Einzelnen ist zu fördern, unabhängig davon bei welchem Anbieter man sich fit hält. Durch steuerliche Maßnahmen oder durch Ermäßigungen auf Krankenkassenbeiträge: das wäre die sicherste Art die Menschen zum Sport zu motivieren und brächte darüber hinaus verlässliche, konkrete Teilnehmerzahlen.

Ein Blick auf die **Details der Studie** des Ludwig Boltzmann-Institutes für angewandte Freizeitwissenschaft:

- Frauen und Männer sind gleich fitbewusst.
- Die Teilnehmer sind über alle Alterstufen annähernd gleich verteilt.
Der Ausstieg erfolgt erst nach 60.
- Maturanten und Hochschulabsolventen sind drei mal so stark vertreten als andere Bevölkerungsgruppen.
- Singles sporteln doppelt so oft als Verheiratete.
- Leitende Angestellte, Beamte und berufstätige Frauen sind die Hauptzielgruppen der Studios.
- In Wien ist der Anteil mit 3% (knapp 50.000) unter dem Bevölkerungsdurchschnitt.

Die fleißigsten Trainierer sind in Ober- und Westösterreich zu Hause.

Die Häufigkeit des Besuches ist eindeutig zeitabhängig:

- Jungsenioren (50 –64) kommen öfter als Junge Erwachsene,
- Hausfrauen öfter als andere,
- Geschiedene doppelt so häufig als Verheiratete.

Die Studie wurde noch vor der breit angelegten ORF-Kampagne „leicht-er-leben“ und daher auch vor der „Antwort“ der kommerzieller Anbieter erstellt.

„Kurzfristig rechne ich mit einer Zunahme im Sportbereich, bei den Vereinen und Studios mit etwa ein bis zwei Prozentpunkten Bevölkerungsanteil, das sind etwa 25% Steigerung im Vergleich mit den bisherigen Teilnehmerzahlen.

Für den unorganisierten Freizeitsport erwarte ich einen noch höheren Teilnehmersprung.

Es bleibt abzuwarten wie viele Menschen im Herbst 2001 beim regelmäßigen Freizeitsport geblieben sind. Unser Institut wird darüber berichten,“ meint der Autor und Institutsleiter Peter Zellmann.



Haben Sie bereits einmal ein Fitness-Center besucht?

Ja, besuche zur Zeit ein Fitness-Center

2000  5%

1994  4%

Habe in den letzten 2-3 Jahren besucht

2000  10%

1994  9%

Fitness-Center-Besuch ist länger her

2000  14%

1994  8%

Habe noch nie ein Fitness-Center besucht

2000  71%

1994  78%

Repräsentativbefragung von 1020 Personen
ab 15 Jahren im Oktober 2000 in Österreich

Ludwig Boltzmann-Institut für
angewandte Freizeitwissenschaft 2001



Wie oft ungefähr besuchen bzw. besuchten Sie das Fitness-Center?

An Befragte, die ein Fitnesscenter besuchen bzw. besucht haben (29% = 100%):

Mehrmals wöchentlich



1 mal pro Woche



1-2 mal monatlich



Bis zu 5 mal jährlich



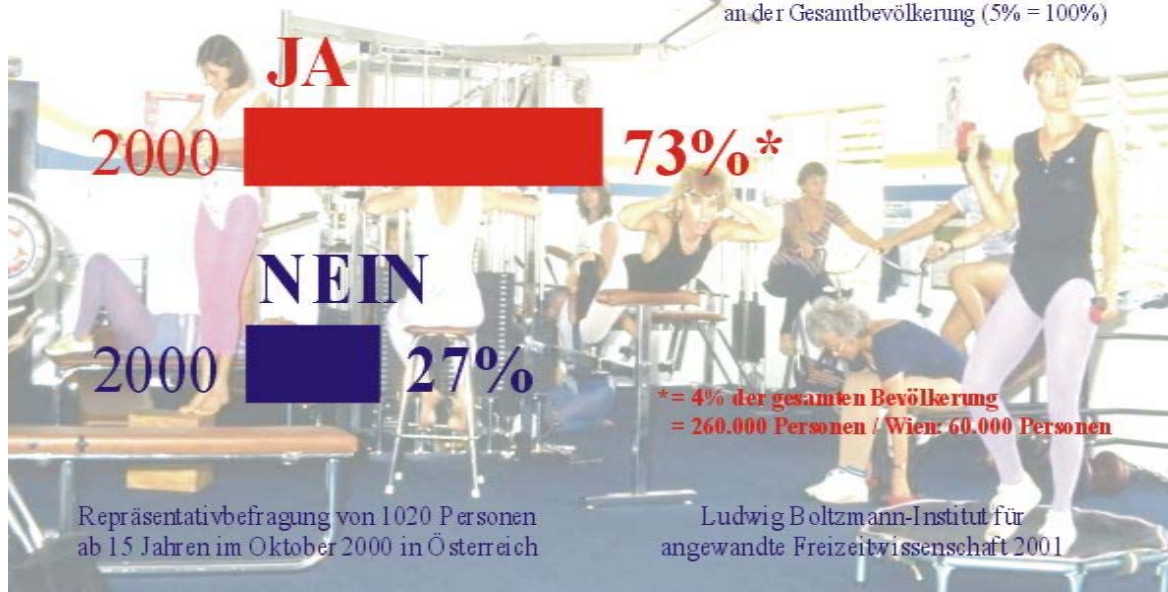
Repräsentativbefragung von 1020 Personen ab 15 Jahren im Oktober 2000 in Österreich

Ludwig Boltzmann-Institut für angewandte Freizeitwissenschaft 2001



Sind Sie Mitglied in einem Fitness-Center, also fix eingeschrieben, wofür Sie eine regelmäßige Gebühr zahlen?

Anteil der Fitness-Center-Besucher an der Gesamtbevölkerung (5% = 100%)



Repräsentativbefragung von 1020 Personen ab 15 Jahren im Oktober 2000 in Österreich

Ludwig Boltzmann-Institut für angewandte Freizeitwissenschaft 2001

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung
Ein Institut der Ludwig Boltzmann Gesellschaft