

SECA

TREND

REPORT

WIE DAS ZUSAMMENWACHSEN VON FITNESS UND
GESUNDHEIT DIE FITNESSBRANCHE REVOLUTIONIERT

WHO THE F*** IS SECA?!

Was zum Teufel will ein Medizintechnikunternehmen aus Hamburg in der Fitnessbranche? Und was haben medizinische Messsysteme, die normalerweise in der Diabetologie oder der Ernährungsmedizin zum Einsatz kommen, plötzlich im Trainingsplan von ambitionierten Sportlern, abnehmwilligen Einsteigern und aktiven Mittsechzigern zu suchen?

seca ist Weltmeister im Bereich des Ausdauersports: Seit 1840 entwickeln und produzieren wir ausdauernd und ambitioniert medizinische Messsysteme und Waagen und sind in diesem Segment Weltmarktführer. Insbesondere wenn es um die exakte Bestimmung der Körperzusammensetzung geht, sind wir in der Medizin führend. Und das sind wir vor allem deswegen, weil wir nicht stillstehen. Seit fast 180 Jahren gehen wir Entwicklungen nicht einfach mit, sondern sehen sie voraus, um sie dann mitzugestalten.

Und so beobachten wir Entwicklungen in unserer Gesellschaft, die zeigen: Medizin, Gesundheit und Fitness bewegen sich immer stärker aufeinander zu und werden sich künftig immer mehr miteinander verzahnen.

Medical Fitness nennen wir das, was sich aus diesen Trends ableitet: Fitness, die auf modernen Trainingskonzepten, medizinischem Knowhow und professionellen Messwerten basiert. Fitness, die darauf abzielt, die Gesundheit zu erhalten, zu verbessern oder wiederherzustellen und im engen Austausch von Trainierenden, Trainern, Ärzten und Krankenkassen stattfindet.

Gemeinsam mit der Trend- und Zukunftsforscherin Corinna Mühlhausen sind wir diesen Beobachtungen nachgegangen und haben unsere These bestätigt gefunden:

Medical Fitness ist ein sogenannter Megatrend, um den weder unser Gesundheitssystem noch die Fitnessbranche herumkommen wird.

Was Selbstoptimierung oder Feminisierung mit Medical Fitness, mit medizinischen Messsystemen und mit seca zu tun haben und wie Studios von diesen Trends profitieren können, möchten wir Ihnen gemeinsam mit Experten aus der Sport- und Altersmedizin, der Fitnessbranche und der Ernährungsberatung in diesem Trendreport vorstellen.

Viel Spaß beim Lesen!

UNSERE EXPERTEN



CORINNA MÜHLHAUSEN

Die Trend- und Zukunftsforscherin und Gastprofessorin an der Technischen Hochschule Lübeck kommt aus der Schule von Trendbüro Hamburg und ist seit mehr als 20 Jahren in der Trend- und Zukunftsforschung tätig.

Im Zentrum ihres Forschungsinteresses stehen die Themen Healthcare, Gesundheit und der Mensch mit all seinen Werten, Bedürfnissen und daraus resultierenden Konsumwünschen. Diese Arbeit bildet für viele Unternehmen und Marken die Grundlage für ihre strategische und konzeptionelle Weiterentwicklung.



SABRINA FÜTTERER
DSSV



JANOSCH MARX
fitness MANAGEMENT



MARTINA SCHÜRING
Feminin Aktiv



DR. HEIKE NIEMEIER
Oecotrophologin



DR. BRITTA MANCHOT
Ärztin für Sport- und Altersmedizin



HOLGER WIEDEMANN
SPORTING

SEITE 7

SELBSTOPTIMIERUNG 2.0

SEITE 13

FEMINISIERUNG DER FITNESSWELT

SEITE 19

NEUNORMIERUNG DES KÖRPERS

SEITE 25

ACTIVE AGING

SEITE 31

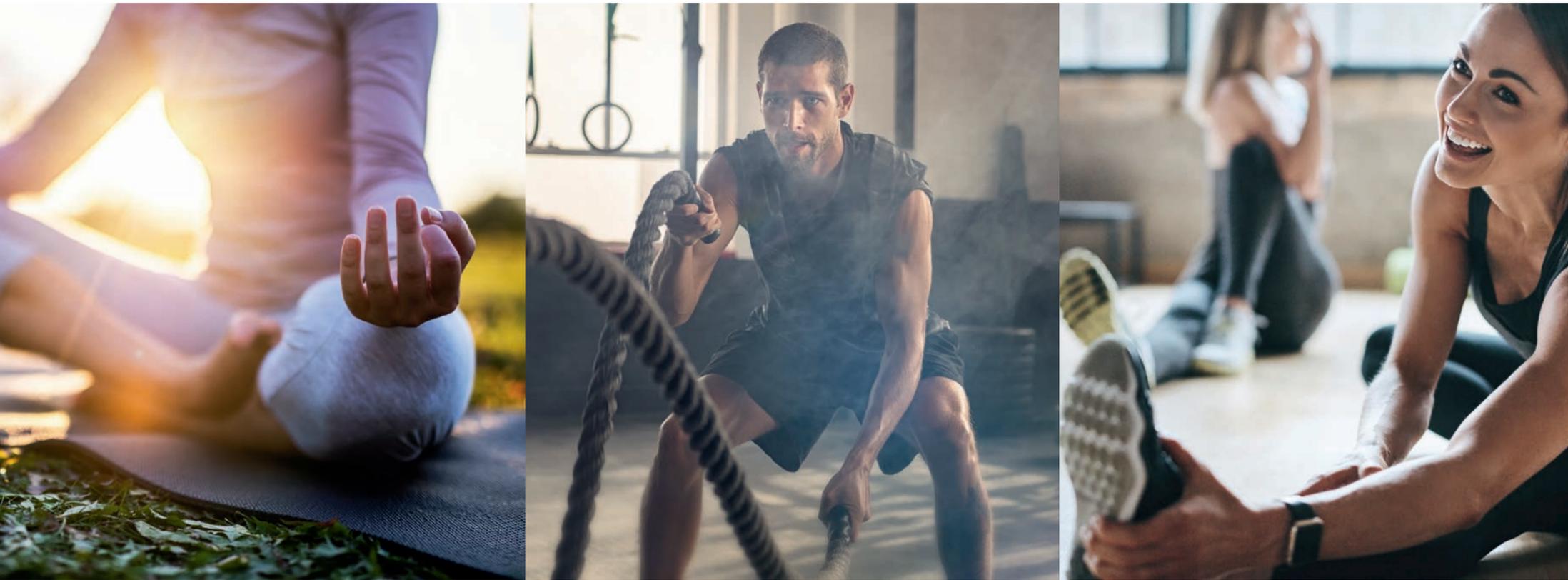
BEST CASE MEDICAL FITNESS



SELBSTOPTIMIERUNG 2.0

GANZHEITLICHE SELBSTOPTIMIERUNG
WIRD ZUM ZIEL UND VALIDIERBARE
ERFOLGE ZUM STATUSSYMBOL.
GESUNDHEITSORIENTIERTE FITNESS-
KONZEPTE SIND DIE BRÜCKE ZWISCHEN
SELBSTOPTIMIERUNG UND GESUNDHEIT.





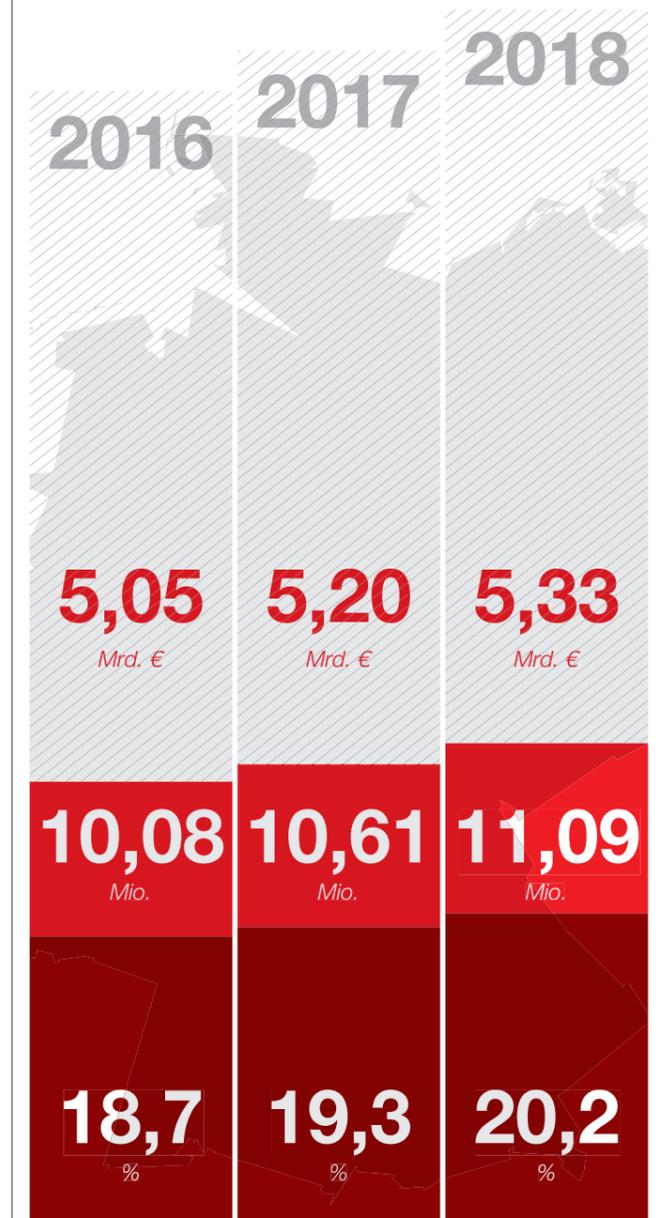
DAS STREBEN NACH SELBSTOPTIMIERUNG UND EINEM GESUNDEN, FITTEN KÖRPER SCHLÄGT SICH SEIT JAHREN AUCH IN DEN MITGLIEDER- UND UMSATZZAHLEN DER FITNESSSTUDIOS NIEDER.

SPORTLICHER HEALTHSTYLE IST MAINSTREAM

War es bisher das Ziel der Selbstoptimierer gesund, sportlich und leistungsfähig zu sein, geht es heute noch einen Schritt weiter: entspannt, selbstbestimmt und glücklich sind die Attribute, die die „Generation Selbstoptimierung 2.0“ nun noch ergänzt. Ob Meditation, Detoxkur, Lifecoaching oder das Early Bird Bootcamp – selten haben die Deutschen aus eigenem Antrieb so viel für ihr Wohlbefinden getan wie heute. Für 53% gilt das Credo: „Mein oberstes Ziel ist es, mich ständig zu verbessern.“ Lediglich 5% geben an, nichts zu unternehmen, um sich und ihr Leben zu optimieren.¹ Doch insbesondere in den Bereichen Gesundheit und Fitness bleibt das ständige Feilen am eigenen Selbst ausgeprägt: Dreiviertel (74%) arbeiten vor allem an ihrer Gesundheit („Mir ist es wichtig, Körper und Geist gesund zu halten“), 51% an der körperlichen Fitness („Körperliche Fitness ist mir sehr wichtig“).²

SELBSTOPTIMIERUNG WIRD PROFESSIONALISIERT

Ein besonderes Symptom im Kosmos der Selbstoptimierer ist das Selftracking. Mit dem Boom zahlreicher Gesundheits-Apps und Fitnesstracker hat das Streben nach dem optimalen Fitness-Selbst ein neues Level erreicht. Heute reicht es den Optimierern nicht mehr, einfach nach bestem Wissen und Gewissen Sport zu treiben und sich gut zu ernähren. Kalorien und Fitness-Sessions müssen getrackt und Erfolge messbar werden. 45% der Smartphone Nutzer verwenden bereits Gesundheits-Apps.³ Weltweit wird erwartet, dass bis zum Jahr 2020 die Hälfte aller geschätzten 3,4 Mrd. Smartphone-Nutzer eine Gesundheits-App in Gebrauch haben werden.⁴ Auch Fitnesstracker und Wearables führen ihren Siegeszug weiter fort: Etwa ein Drittel der Deutschen über 14 Jahre vermessen ihren Körper mit Systemen von Firmen wie Apple, Google oder Garmin.⁵ Die Wearables bedienen dabei einen ganz zentralen Anspruch der neuen Optimierer-Generation: Sie zeigen nicht nur Momentaufnahmen, sondern bilden Reihenwerte und Progressionen ab. **Und das ist es, was anspruchsvolle Selbstoptimierer heute wollen: Erfolge messbar und belegbar machen.**



■ Umsatz der deutschen Fitnesswirtschaft
 ■ Mitglieder im Fitnessstudio
 ■ Anteil der Mitglieder in Fitnessanlagen gemessen an Gesamtbevölkerung (15 – 65-Jährige)

Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft 2017/2018/2019

NEUE CHANCEN UND CHALLENGES DURCH SELBSTOPTIMIERER

Von der Fitnessindustrie erfordern das Streben nach Selbstoptimierung und die neuen Trackingtechnologien ein Umdenken: „Insbesondere Einzelbetriebe müssen sich im Preiskampf gegen den harten Wettbewerb abgrenzen und sich mit einer klaren Ausrichtung auf dem Markt positionieren“, weiß Sabrina Fütterer, Leitung der Geschäftsstelle des e.V. Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (DSSV). „So etablieren sich Studios zum Beispiel als Gesundheitsanbieter oder entwickeln Angebote und Kompetenzen, die das Bedürfnis nach gesundheitlicher Optimierung und Tracking bedienen.“



SABRINA FÜTTERER
DSSV

Auf der anderen Seite müssen Studios ihren Mitgliedern einen zusätzlichen Mehrwert zu dem bieten, was diese ohnehin schon wissen.

In Zeiten, in denen zahllose Fitnessvideos mit Trainingsplänen und Hintergrundwissen auf Youtube frei zur Verfügung stehen und der Trainierende dank des Selftrackers bestens über die Entwicklung seines Fitnesszustandes informiert ist, braucht es mehr als einen Trainer, der einen Trainingsplan von der Stange schreibt. „Wir haben es mehr denn je mit informierten Mitgliedern zu tun, die hohe Ansprüche haben“, so Janosch Marx, Herausgeber der fitness MANAGEMENT international und medical fitness and healthcare. „Künftig werden sich die Studios und Trainer im Markt durchsetzen, die das bieten, was Youtube, Influencer und Fitnessarmbänder nicht leisten können: eine persönliche und qualifizierte Betreuung, erworben durch ein fachspezifisches Studium oder eine entsprechende Ausbildung, zusätzliche Messwerte, die der Trainierende selbst nicht erheben kann, und vor allem die professionelle Einordnung der gesammelten Daten.“



JANOSCH MARX
fitness MANAGEMENT

Denn die „DIY-Selbstvermessung“ allein ist noch kein Garant für Erfolge: Forscher von der Oregon Health and Science University konnten zeigen, dass die Nutzer von Tracking Geräten ihren eigenen Fitnesszustand überschätzen und im Verlauf der Zeit, in der sie ein solches Gerät tragen, eher träger als aktiver werden. Das gilt insbesondere für ältere Menschen.⁶

Eine weitere Forschergruppe der University of Pennsylvania konnte 2017 außerdem nachweisen, dass die Selbstvermesser bei einem Versuch weniger abnahmen als die Kontrollgruppe, die „nur“ von realen Personen – nicht von einem Armband – begleitet wurden. Auch hier überschätzten die Teilnehmer ihr Aktivitätsniveau.⁷

PROFESSIONELLE MESSWERTE UND INDIVIDUELLE BERATUNG WERDEN ZUM ERFOLGSMOTOR FÜR SELBSTOPTIMIERER UND STUDIOS

Damit also aus dem Optimierungsdrang der Trainierenden und den erhobenen Fitnessdaten ein Erfolgsduo wird, muss der Trainer die Daten der Wearables auswerten und in die Zieldefinition und Trainingsplanung einfließen lassen. Um zudem den Gesundheitsanspruch des Trainierenden zu bedienen, erhebt er im Sinne eines ganzheitlichen Medical Fitness Ansatzes weitere Gesundheitsinformationen die die selbst erhobenen Daten des Klienten ergänzen. Sabrina Fütterer, DSSV: „Zum Beispiel liefern Daten zum Stresslevel, der Zellgesundheit oder zur Körperzusammensetzung einen zusätzlichen Mehrwert für den Kunden – und für das Studio: **Denn wer mit medizinisch validierten Messsystemen arbeitet, die Trainingserfolge nachweisen und sichtbar machen können, der schafft nicht nur ein individuelles und ganzheitliches Trainingserlebnis, das jeden Selbstoptimierer zufriedenstellt. Er schafft damit auch die Voraussetzungen, in Zukunft mit Ärzten und Kassen kompetent kommunizieren zu können.**“

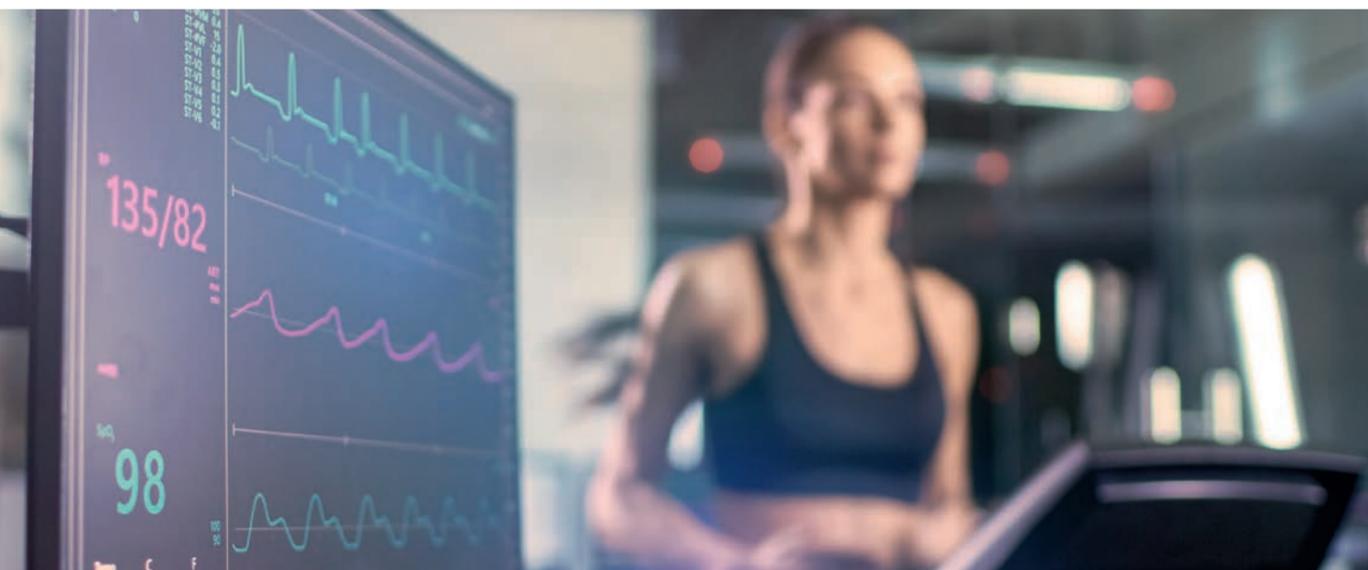
SELBSTOPTIMIERUNG TRIFFT BONUSPROGRAMM

Selbstoptimierung und ganzheitliche Trainingsansätze der Gesundheitsstudios treffen auf wachsende Präventionsbemühungen der Ärzte und die Bonifizierungsprogramme der Kassen: Um die Potenziale und Schwächen von Selbstoptimierung und -Tracking wissen auch Ärzte und Krankenkassen und nähern sich dem Thema Fitness in ersten Schritten von der medizinischen Seite. Denn bei allem Eifer um das fitteste Selbst gibt es zu jedem Trend einen Gegentrend und so steht den eigenverantwortlichen Selbstoptimierern das gesellschaftlich wachsende Übergewicht mit all ihren Folgeerkrankungen gegenüber. Bis 2020 ist in Deutschland ein Anstieg der Gesamtausgaben für Adipositas auf rund 25,7 Mrd. € zu erwarten.⁸ Mit dieser Prognose vor Augen muss ein Umdenken im deutschen Gesundheitswesen stattfinden: Weg von einem reaktiven, medizinischen Modell, das auf Krankheiten fokussiert, hin zu einem proaktiven Modell, das den gesunden Lebensstil und damit den Präventionsgedanken fördert. Mit den Bonifizierungsangeboten der Krankenkassen und der Verabschiedung des Präventionsgesetzes 2015 wurden erste Schritte in diese Richtung getan: **§20 zertifizierte Gesundheitskurse werden von Kassen bezuschusst und Ärzte können für diese Angebote eine Präventionsempfehlung ausstellen** – unter der Voraussetzung, „dass diese einen präventiven und gesundheitsfördernden Nutzen haben, der belegbar ist. Die Kurse müssen von der Zentralen Prüfstelle für Prävention (ZPP) zertifiziert sein, den definierten Qualitätskriterien entsprechen und von qualifizierten Fachkräften in hoher Qualität durchgeführt werden“, so Janosch Marx, fitness MANAGEMENT. Die Präventionsangebote versuchen, beide Seiten gleichermaßen abzuholen: Diejenigen, die einen eher ungesunden Lebensstil pflegen und Unterstützung benötigen und die Selbstoptimierer, deren Handeln nun nicht nur durch virtuelle Medaillen ihres Fitnesstrackers belohnt wird, sondern auch durch Bonusprogramme ihrer Krankenkasse.



CORINNA MÜHLHAUSEN:

„Selbstoptimierer wird es immer geben, denn es liegt in den natürlichen Grundbedürfnissen der Menschen, das eigene Leben verbessern zu wollen. Neu ist, dass sich dieser Zweig insbesondere in der Fitnessszene immer stärker professionalisiert und dadurch eine wirtschaftlich spannende Brücke zu den Krankenkassen schlägt. Gesundheits- und Medical Fitness-Anbieter mit entsprechend qualifiziertem Personal und hochwertiger Ausstattung können sich gegenüber der Zielgruppe der Selbstoptimierer und den Krankenkassen als kompetenter Gesundheitsdienstleister positionieren und ganz neue Geschäftsmodelle entwickeln.“



FEMINISIERUNG DER FITNESSWELT

DER EINFLUSS VON FRAUEN WÄCHST UND AUCH DIE FITNESSWELT WIRD WEIBLICHER. DAS BEDÜRFNIS DER FRAUEN NACH VERLÄSSLICHEN GESUNDHEITSINFORMATIONEN UND IHR ANSPRUCH AN GANZHEITLICHE KONZEPTE IST GROSS.



Der neue Feminismus zeigt eindrucksvoll, dass Frauen immer selbstbewusster ihren Einfluss in Gesellschaft, Politik, Wirtschaft und Privatleben ausbauen und sich mit wachsender Anhängerschaft für mehr Gleichberechtigung einsetzen. Erste Erfolge sind sichtbar und so zeigen Zahlen des statistischen Bundesamtes, dass trotz des unverändert bestehenden Gender Pay Gaps das Einkommen der Frauen 2017 weiter stieg. Nie zuvor haben sie so viel verdient wie heute und immer mehr Frauen haben ein vergleichbares oder höheres Einkommen als ihr Partner (2003: 20,7% vs. 2017: 25%).⁹

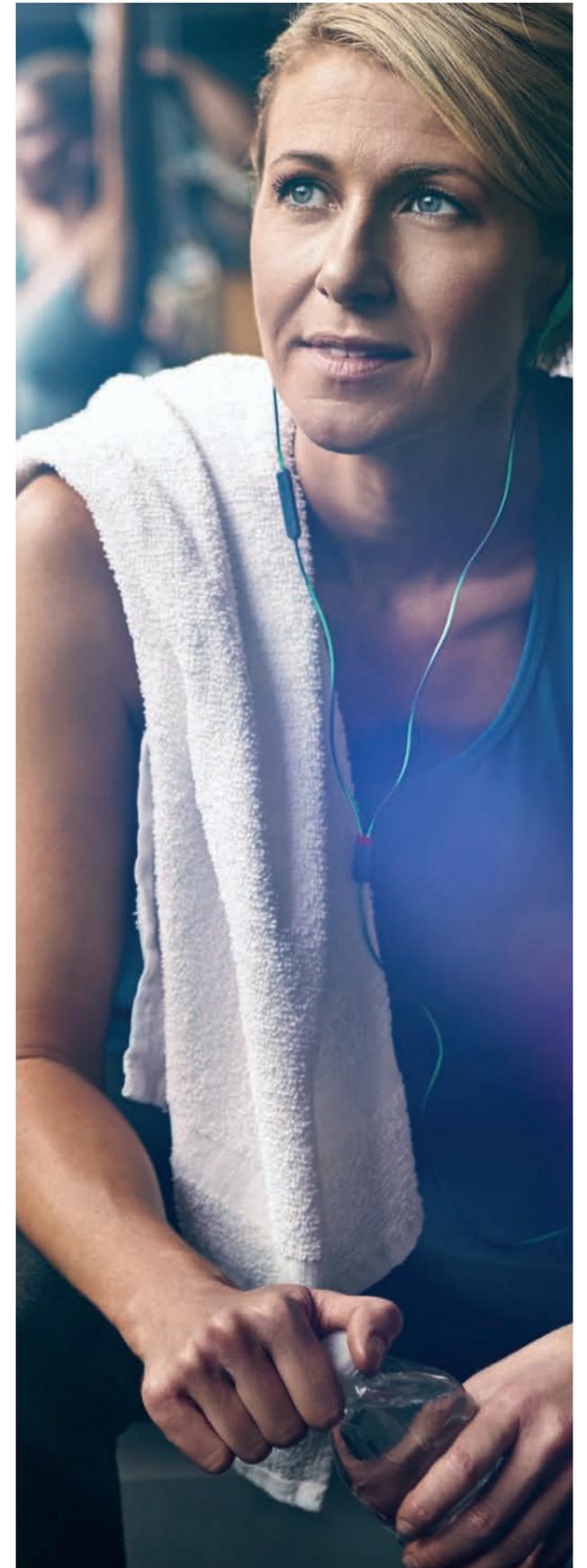
Gleichzeitig hat der Anspruch an Schönheit weiter Bestand – auch wenn oder weil der Begriff der Schönheit vielfach neu definiert wird: Die Gleichung „Dünn = Schön“ ist dabei, sich zu überleben und ein Viertel der Frauen setzt heute Gesundheit mit Schönheit gleich.¹⁰ Es geht um Fitness und Leistungsfähigkeit, um ein bewusstes und gesundes Leben. Und so ist es wohl auch diesem neuen Selbstbewusstsein und der Neudefinition des Wortes zuzuschreiben, dass Frauen sich heute (65%) schöner fühlen als noch 2015 (47%).¹¹

FRAUEN HABEN EIN GANZHEITLICHES GESUNDHEITSVERSTÄNDNIS

Nicht nur die Definition von Schönheit wird mehrdimensionaler, sondern auch die Definition des Gesundheitsbegriffs. Wurde Gesundheit bisher mit der Abwesenheit von Krankheit assoziiert, geht es heute um mehr: Gesundheit bedeutet für die Deutschen darüber hinaus vor allem persönliches Wohlfühl (77%).¹² Insbesondere Frauen bejahen diesen Zusammenhang von Gesundheit und Wohlbefinden noch stärker als Männer (80% vs. 75%).¹³ Generell ist zu beobachten, dass Frauen eine ganzheitlichere Definition von Gesundheit haben. Neben Fitness und Leistungsfähigkeit ist für zwei Drittel aller Frauen Gesundheit ein Synonym für die Balance von Körper, Geist und Seele (Männer 51%).¹⁴ Sie pflegen einen gesünderen Lebenswandel als Männer, ernähren sich bewusster, rauchen weniger, konsumieren seltener Alkohol¹⁵ und scheinen ein größeres Bedürfnis nach fundierten Gesundheitsinformationen zu haben.

FRAUEN SIND RELEVANTE ZIELGRUPPE FÜR DIE SPORTINDUSTRIE

Mit ihrer wachsenden Kaufkraft, den selbstbewussten Ansprüchen und dem disziplinierten Gesundheitsverhalten erkennt auch die Fitnessindustrie das Potenzial der Frauen als attraktive und anspruchsvolle Zielgruppe. Fit, gesund und stark ist das neue sexy – und die Branche reagiert. Wo einmal die Männer im Fokus standen, gerät nun auch die weibliche Zielgruppe ins Visier. Knapp die Hälfte der Sportartikelumsätze wird in Deutschland mit Frauen erzielt.¹⁷ Im Performancebereich, wenn es also um Ausrüstung für Training und Wettkampf geht, dominieren zwar nach wie vor Männer das Geschäft. Doch der Vorsprung schrumpft. **Der Frauenanteil in deutschen Studios lag 2018 bereits bei 55,5% und mehr als jedes zehnte Studio (11%) ist ausschließlich den Frauen vorbehalten.**¹⁸ Auch der Anteil von vor allem jungen Frauen bei Laufwettbewerben nimmt Experten zufolge stetig zu. Und je mehr Themen wie Fitness, Gesundheit oder Mode ins Spiel kommen, desto häufiger ist schon heute der Anteil der weiblichen Kundschaft größer. Unterm Strich sind Frauen als Kundinnen bereits für drei Viertel des Wachstums im Sporthandel verantwortlich.¹⁹



„ES IST MIR SEHR WICHTIG, ETWAS FÜR MEINE GESUNDHEIT ZU TUN.“

70% 57%

„ICH INFORMIERE MICH HÄUFIG IN MEDIEN ÜBER GESUNDHEITSTHEMEN.“

39% 27%

„ICH ACHE GANZ BEWUSST AUF EINE GESUNDE, AUSGEWOGENE ERNÄHRUNG.“

72% 52%

„ES IST MIR SEHR WICHTIG, ETWAS FÜR MEIN KÖRPERLICHES UND SEELISCHES WOHLBEFINDEN ZU TUN.“

77% 68%

Ich stimme der Aussage voll und ganz/eher zu.¹⁶



WETTBEWERBSVORTEIL FÜR STUDIOS

Analog zum Gleichklang von Feminismus, Selbstbestimmung und Schönheit und passend zu ihrem disziplinierten Gesundheitsverhalten werden Frauen nicht nur in Bezug auf Fitness-Mode und -Lifestyle, sondern auch mit Blick auf die qualitativen und inhaltlichen Leistungen ihres Studios anspruchsvoller. Die Gleichung Fit = Schön = Gesund stellt Fitnessanbieter vor neue Herausforderungen. 74% der deutschen Frauen, die ins Fitnessstudio gehen, möchten in erster Linie Muskeln aufbauen – nur 46% möchten abnehmen.²⁰ „Frauen wollen heute – Gott sei Dank – nicht mehr einfach nur schön und schlank sein“, so Martina Schüring, Studioleiterin des Frauen Fitness Clubs Feminin Aktiv. „Sie wollen fit sein, stark sein und vor allen Dingen wollen sie gesund sein.“ Damit haben viele eine andere Herangehensweise und Ansprüche an ihr Training, an die Art der Beratung und die Leistungen eines Studios als Männer: „Sie haben in der Regel einen ganzheitlichen, gesundheitsfokussierten Antrieb. Denn für die meisten gehören Fitness und Gesundheit untrennbar zusammen und der Präventionsgedanke ist sehr ausgeprägt.“ Das bestätigt auch ein Blick auf die Statistik zu den Präventionskursen der Krankenkassen: Angebote zur individuellen verhaltensbezogenen Prävention werden überwiegend (81%) von Frauen nachgefragt.²¹



MARTINA SCHÜRING
Feminin Aktiv

Neben dem Gesundheitsanspruch kommt ein weiteres „weibliches Bedürfnis“ hinzu, das Studios für sich nutzen können: „Moderne Frauen sind unglaublich eingespannt“, weiß Schüring. „Beruf, Familie, Sozialleben. Das alles unter einen Hut zu bekommen erfordert Effizienz und diese erwarten viele Frauen auch von ihrem Fitnessprogramm. Fitnessziele sollen mit möglichst wenig zeitlichem Aufwand erreicht werden. **Fundierte Analysen von Fitnesslevel, Körperzusammensetzung und Ernährungsgewohnheiten ermöglichen es qualifizierten Trainern, ganz individuelle Trainings- und Ernährungskonzepte zu erstellen, mit denen Frauen zielgerichtet, mit Spaß und im Sinne des gesundheitlichen Präventionsgedanken trainieren können. Hier liegt die Chance, sich gegenüber dem Wettbewerb zu positionieren.**“

Der Frauenanteil in deutschen Fitness-Einrichtungen erreichte 2018 mit 55,5 % eine Steigerung von 0,1 % zum Vorjahr. Bei den Einzelbetrieben beträgt der Anteil weiblicher Mitglieder 54,7 % (+ 0,7 %) und bei den Kettenbetrieben 47,4 % (+ 0,2 %). Mit knapp zwei Drittel (63,3 %) fällt der Frauenanteil bei den Mikroanlagen am höchsten aus.²² „Frauen sind eine große, anspruchsvolle und zahlungskräftige Zielgruppe“, so Martina Schüring. „Wenn es Studios gelingt, Empathie, Effizienz, Qualität und Beratung mit medizinischen Präventionskonzepten zu verknüpfen, liegt hier ein großes Potenzial.“



CORINNA MÜHLHAUSEN:

„Die Kraft, das Selbstbewusstsein und der Einfluss von Frauen werden auf allen Ebenen weiter steigen. Ihr Bedarf an Effizienz, verlässlichen Gesundheitsinformationen und ihr hohes Involvement in die gesamte Gesundheits- und Präventionsthematik lassen die Suche nach ganzheitlichen Medical Fitness Angeboten weiter steigen.“

NEUNORMIERUNG DES KÖRPERS

„GLOBESITY“, STEIGENDE GESUNDHEITS-
KOSTEN UND DIE „BODY POSITIVITY“-
BEWEGUNG VERÄNDERN DIE
DEFINITION UND BEWERTUNG VON
ÜBERGEWICHT, GESUNDHEIT UND
SCHÖNHEIT.

WELTWEIT WIRD DIE BEDEUTUNG
VON DIFFERENZIERTER KÖRPER- UND
GESUNDHEITS-BEURTEILUNG SOWIE
GANZHEITLICHEN TRAININGS- UND
MEDICAL FITNESS KONZEPTEN STEIGEN.



Der Trend von zunehmendem Übergewicht in der Gesellschaft ist ungebrochen: Laut dem 13. Ernährungsbericht der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE) sind 59% der Männer und 37% der Frauen im erwerbstätigen Alter übergewichtig. Die Weltgesundheitsorganisation WHO berichtet, dass sich die Zahl der Übergewichtigen in den letzten 20 Jahren verdreifacht hat. Hält dieser Trend an, werden im Jahr 2025 18% der Männer und 21% der Frauen weltweit übergewichtig sein.²³ In der europäischen Bevölkerung werden im Jahr 2030 aktuellen Hochrechnungen zufolge mehr als 50% sogar adipös sein (BMI \geq 30). Die durch Adipositas verursachten direkten Kosten belaufen sich in Deutschland auf über 29 Milliarden Euro, die indirekten Kosten auf noch einmal 34 Milliarden Euro.²⁴

Neben einem ungesunden Lebens- und Ernährungsstil ist mangelnde Bewegung eine Ursache für das wachsende Problem: 25% aller erwachsenen Menschen weltweit sind laut Definition der WHO nicht ausreichend aktiv und 80% treiben weniger Sport als die empfohlenen 150 Minuten moderater Bewegung pro Woche. Besonders wenig bewegen sich Menschen in den developed countries und Frauen noch weniger als Männer: 26% vs. 35%.²⁵ Damit ist mangelnde Bewegung der Hauptrisikofaktor für Herz-Kreislaufkrankungen und Diabetes Typ 2. Hier versuchen das Präventionsgesetz und die §20 Kurse motivierende Impulse zu setzen.

GESUNDE DICKE, KRANKE SCHLANKE? NEUE BEWERTUNGSMASSTÄBE SIND GEFRAGT

Doch trotz oder gerade wegen allen Wissens über die Negativfolgen von Übergewicht muss das Thema insbesondere in Zeiten wachsender Adipositas differenziert betrachtet werden. Zu viele Kilos sind in unserer Gesellschaft eng verbunden mit einem erhöhten Krankheitsrisiko und oftmals auch mit den Attributen „Ungesund“ und „Krank“. Umgekehrt wähen sich die Schlanken und Normalgewichtigen in der scheinbaren Sicherheit, gesund zu sein. Doch bei genauerem Hinsehen zeigt sich, dass auch jeder fünfte Schlanke ein erhöhtes Risiko aufweist, an kardiovaskulären Krankheiten wie Diabetes oder Schlaganfall zu leiden. Im Vergleich zu metabolisch gesunden Normalgewichtigen haben metabolisch ungesunde Normalgewichtige eine Risikoerhöhung um den Faktor 2,15. Das Risiko von metabolisch gesunden Übergewichtigen hingegen ist lediglich um den Faktor 1,26 erhöht.²⁶

„Je mehr Übergewichtige es gibt, desto genauer müssen wir hinsehen. In Zeiten von Globesity müssen wir aufpassen, nicht alle Übergewichtigen in den Topf der „kranken, dicken Risikopatienten“ zu werfen“, sagt die promovierte Oecotrophologin Heike Niemeier. „Damit vorverurteilen wir die Übergewichtigen und lassen gleichzeitig möglicherweise risikobehaftete Schlanke durchs Raster fallen. **Es wird immer wichtiger, dass wir den Ernährungszustand von Menschen ganzheitlicher betrachten. Es reicht nicht aus, sie auf eine Waage zu stellen, den BMI zu bestimmen und dann in die Kategorien „Schlank = Gesund“ und „Übergewichtig = Krank“ einzuordnen.“**



DR. HEIKE NIEMEIER
Oecotrophologin



ÜBERGEWICHT REHABILITIERT SICH – BODY POSITIVITY BEWEGUNG FORDERT NEUBEWERTUNG VON SCHÖNHEIT

Auch zu diesem Trend ist eine Gegenbewegung zu erkennen. Beobachten wir auf der einen Seite den immer lauter werdenden Ruf nach Prävention von Übergewicht und einem gesünderen Lebensstil sowie den Schlankeitswahn der vergangenen Jahrzehnte, sehen wir seit einiger Zeit, wie Übergewicht beginnt, sich zu rehabilitieren. In der benannten Diskussion um die Frage, ab wann Übergewicht überhaupt ungesund und ob Schlanksein immer gesund ist, aber auch in der Definition des gängigen Schönheitsideals. Der Blick auf den Wandel unserer Schönheitsideale im Laufe der Geschichte zeigt, dass sich diese den jeweiligen gesellschaftlichen Gegebenheiten anpassen. Hinzu kommt: Je mehr Menschen übergewichtig sind, desto bestimmter wird die Forderung, diese nicht zu stigmatisieren. Die Vorboten dieser Entwicklung

können wir heute unter anderem unter dem Stichwort Body Positivity verfolgen.

Body Positivity ist eine Bewegung, die für ein positives Körperbild und die Akzeptanz aller Körper steht – unabhängig von Größe, Form oder Aussehen. Damit stellt sie die gesellschaftlich vorherrschende Vorstellung in Frage, dass nur schön und gesund ist, wer schlank ist. Die Menge der Befürworter dieser Bewegung wächst kontinuierlich. Allein der Instagram Hashtag #bodypositivity wurde bereits über 3,6 Millionen Mal²⁷ verwendet. Diese Zahl steigt minütlich und zeigt einmal mehr: **Es bedarf zusehends neuer Bewertungsmaßstäbe für die Definition von Schönheit und Gesundheit, abseits von Gewicht und BMI.**

GESUNDHEITSMASSTÄBE WERDEN NEU NORMIERT, MEDICAL FITNESS SETZT AUF PRÄVENTION

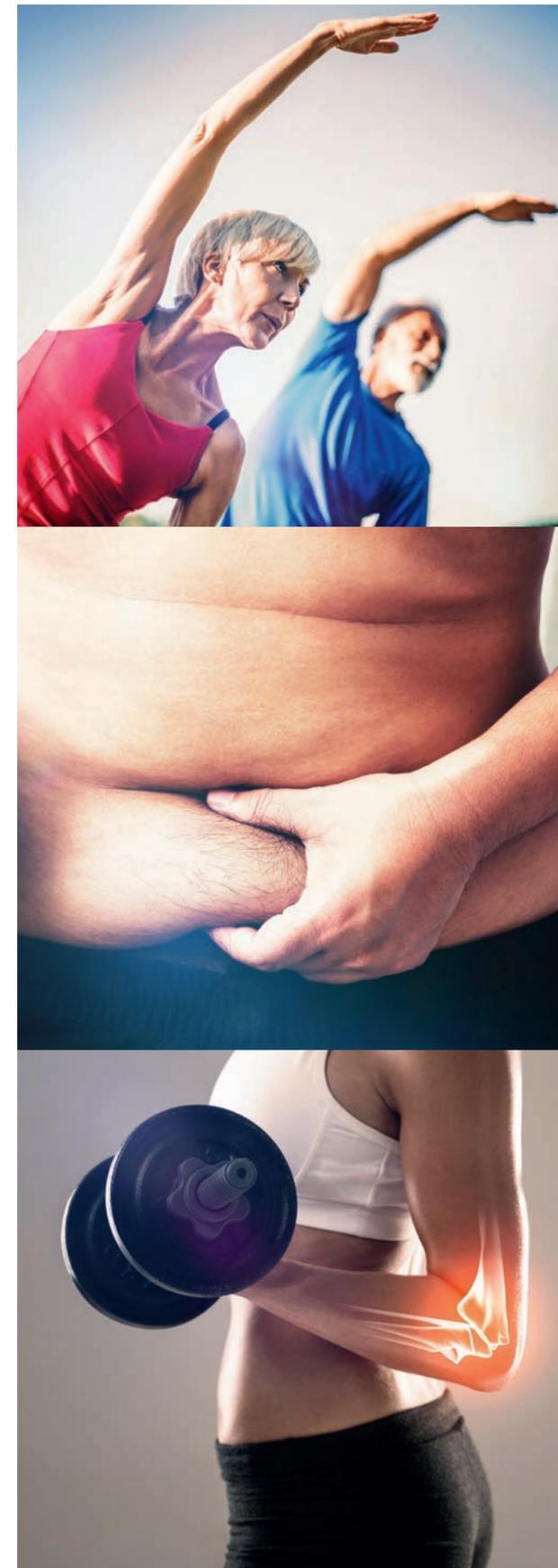
„Das Wissen um gesunde Dicke, kranke Schlanke und die Body Positivity Bewegung zeigen uns ganz deutlich: **Es kommt nicht auf die Menge der Zellen an, sondern auf deren Gesundheit**“, so Dr. Niemeier. Insbesondere im Segment der gesundheitlich fokussierten Fitness sollten weniger die Optik und das Gewicht eine Rolle spielen. **„Für den Gesundheits- und Ernährungszustand ist vielmehr entscheidend, wie viel wertvolle, aktive Muskelmasse im Verhältnis zur Fettmasse vorhanden ist.** Auf dieser Basis lässt sich eine viel genauere Aussage über das Erkrankungsrisiko treffen. Wenn Fitnessanbieter dies verstehen und entsprechend agieren, haben sie zwei ganz essenzielle Vorteile dem Wettbewerb gegenüber: Zum einen treten sie jedem Mitglied mit einer wertschätzenden Haltung entgegen. Sie bewerten nicht das Äußere, die Masse des Menschen, sondern das, worauf es wirklich ankommt, nämlich die Gesundheit. Gerade übergewichtige Kunden danken das oft mit Treue. Und zum anderen können sie auf Basis qualitativer Gesundheitsdaten das Training wesentlich individueller und dadurch effizienter gestalten.“ **Anbieter von Gesundheits- und Medical Fitness Konzepten können mit diesem Ansatz nicht nur die Motivation und Präventionsbemühungen ihrer Mitglieder fördern, sondern durch optimierte Kundenbindung auch ihre wirtschaftlichen Interessen stützen.**

DASS GESUNDHEIT NICHT NUR AUS ÖKONOMISCHER
SICHT EINE HOHE RELEVANZ HAT, SONDERN EIN
WACHSENDES PERSÖNLICHES BESTREBEN, ZEIGT
AUCH DER WERTE INDEX 2018.²⁸



FÜR DIE DEUTSCHEN LIEGT DER WERT „GESUNDHEIT“
DIREKT HINTER „NATUR“ AUF PLATZ ZWEI DER WICHTIGSTEN WERTE.

Viele Fitnessstudios mit einer gesundheitlichen Positionierung wissen um die Mehrdimensionalität der Gewichtsthematik und gehen erste Schritte: Mit §20 Kursen, die gesundheitsbewusstes Verhalten fördern, Vermessungsaktionen, die weniger den BMI im Blick haben, sondern eine gesunde Körperzusammensetzung und mit individuellen, ganzheitlichen Trainingskonzepten, die nicht auf den schnellen Abnehmerfolg fokussieren, sondern einen gesunden Körper zum Ziel haben. Niemeier: „Bei einigen Ärzten und in fortschrittlichen Fitnessstudios lösen schon heute Parameter wie Fettverteilung, Muskelstärke, Beweglichkeit und Fitnesslevel den BMI ab. Ihnen kommt eine zentrale Rolle bei der notwendigen Umsetzung des Präventionsgedankens zu. Wer das als Studio erkennt und entsprechende Leistungen anbietet, hat die Chance, nicht nur mit Kassen wirtschaftlich positiv zusammen zu arbeiten, sondern wird sich auch bei einer breiteren Zielgruppe gut positionieren können.“



CORINNA MÜHLHAUSEN:

„Vorstellungen von Gesundheit sowie die Ideale von Schönheit und Fitness unterliegen einem stetigen Wandel. Der Mensch und sein Körper werden in Zukunft neu normiert. Medical Fitness, die auf medizinische, umfassende und innere Werte und nicht auf vergängliche Schönheitsideale fokussiert, wird die gewichtige Lösung für metabolisch kranke Menschen und von Kassen zunehmend bezuschusst.“

ACTIVE AGING

INSBESONDERE IN WESTEUROPA WÄCHST DIE LEBENSERWARTUNG WEITER UND MIT IHR ERSTMALIG AUCH EINE ZIELGRUPPE ANSPRUCHSVOLLER UND ZAHLUNGSKRÄFTIGER MENSCHEN, DIE GESUND, SCHÖN UND FIT ALTERN WOLLEN.

DIE VERKNÜPFUNG VON SPORT, MEDIZIN UND GESUNDHEIT GEWINNT AN BEDEUTUNG UND DIE NACHFRAGE NACH GANZHEITLICHEN, GESUNDHEITLICH AUSGERICHTETEN TRAININGSANGEBOTEN WÄCHST.





ICH TREIBE SPORT, UM...³⁴

GESUNDHEITLICHE PROBLEME IN DEN GRIFF ZU BEKOMMEN.



MEINE KONDITION ZU VERBESSERN.



MUSKELN AUFZUBAUEN.



Zwischen 1996 und 2016 ist die Zahl der +64-Jährigen in Deutschland von rund 13 Millionen auf 16,7 Millionen angestiegen. Damit machten sie 2016 einen Anteil von 20,6% der Gesamtbevölkerung aus (1996: 15,9%).²⁹ Bis zum Jahr 2030 wird der Anteil voraussichtlich auf mindestens 32% steigen,³⁰ denn die Geburtenraten bleiben niedrig, während die Lebenserwartung weiter zunimmt: Lag sie 2016 bei 83,4 (♀) beziehungsweise bei 78,7 Jahren (♂),³¹ wird sie 2030 bei 85,86 (♀) respektive 81,96 (♂) liegen.³² Dafür verantwortlich sind unter anderem eine bessere gesundheitliche Versorgung, gute Ernährung, Bewegung und die Hinwendung zu einem neuen Healthstyle. Gesellschaftlich bedeutet der demografische Wandel eine große Herausforderung, für gesundheitsorientierte Fitnessanbieter birgt er ein großes Potenzial.

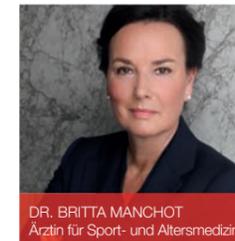
ALTERNDE GESELLSCHAFTEN WERDEN AKTIVER

Während in der Vergangenheit der Ruhestand in der Regel wörtlich genommen wurde, ist heute weltweit das Bemühen erkennbar, das Plus an Lebensjahren in ein Plus an gesunden Lebensjahren zu verwandeln: In Ländern mit steigendem Wohlstand und längerer Lebensdauer steigt auch vermehrt der Wunsch nach Gesundheit und damit die Nachfrage nach Fitnessangeboten. Die wachsende Lust, sich auch im Alter körperlich zu betätigen bestätigt auch Dr. Britta Manchot, Expertin für Age Management, Alters- und Sportmedizin: „Die Tragik des Alterns besteht darin, dass wir nicht einfach älter werden – was ja per se eine gute Entwicklung ist – sondern, dass sich mit dem steigenden Alter auch das Risiko erhöht, mit altersbedingten Krankheiten konfrontiert zu sein. Gerade weil wir immer älter werden, wächst auch der Wunsch, gesund zu bleiben! **Und so nimmt die Bereitschaft, Verantwortung für die eigene Gesundheit zu übernehmen und sich auch im Alter fit zu halten, entsprechend zu, um die gesunde Lebensspanne zu verlängern.**“

Zwar weisen ältere Erwachsene ab 66 Jahren eine niedrigere körperliche Aktivität im Vergleich zu den anderen Altersgruppen auf, doch die Differenzen sind geringer als allgemein vermutet. Ältere Menschen trieben laut DKV Report 2018 im Durchschnitt 49 Minuten intensiv und 98 Minuten moderat pro Woche Sport; 38% von ihnen erreichen den Aktivitätsbenchmark nach den Empfehlungen der WHO, bei den 45- bis 65-Jährigen erreichen diesen 45%.

MOTIVATION ZUM SPORT IM ALTER

„Die Motivation Sport zu machen unterscheidet sich im Generationenvergleich gar nicht so stark. Denn egal, ob es um ein Sixpack, straffere Haut, Leistungsfähigkeit oder den Erhalt von Ausdauer, Beweglichkeit und Kraft geht – im Kern geht es immer darum, das biologische Alter zu verjüngen“, so Dr. Manchot. „Wie sich das dann im Verhalten äußert und ob der Fokus dabei eher auf Gesundheit oder Schönheit liegt, ist allerdings unterschiedlich ausgeprägt. Allen geht es darum, ihre individuellen Risikofaktoren für das Altern zu vermeiden oder auszuschalten.“



DR. BRITTA MANCHOT
Ärztin für Sport- und Altersmedizin

Denn mit steigendem Alter verschiebt sich oftmals der Schwerpunkt: weg vom alleinigen Wunsch nach einem besseren Aussehen und hin zu einem gesundheitsoptimierenden Lebensstil, um lange eigenständig zu bleiben. Denn die wenigsten Älteren ab 50 Jahren haben Angst vor dem Altern (12%), vielmehr beunruhigt sie der Gedanke, ihre Selbstständigkeit durch Krankheiten zu verlieren und auf die Hilfe anderer angewiesen zu sein (75%). 42% haben zudem Angst vor dem Verlust der Lebenslust und Energie und weitere 49% fürchten sich vor Schmerzen.³³

BOOMENDE BOOMERITIS

Der neue sportliche Aktionismus der Generation 50+ kommt nicht von ungefähr. Die Baby Boomer, geboren nach dem 2. Weltkrieg bis Mitte der 60er Jahre, sind die wohl erste Generation, die mit der Maxime von Freiheit und Selbstverwirklichung groß geworden ist und die Sport aus Freude an Bewegung und Ausdruck von Selbstbestimmtheit treibt. Heute beobachten wir: **Wer zeitlebens Sport getrieben hat, hört damit im Alter nicht auf.** Im Gegenteil. „No pain, no gain“ scheint das Motto vieler älterer Sportler zu sein. Wenn die Muskeln nach dem Training nicht brennen, hat es auch nichts gebracht. Die Folge sind steigende Raten von Hüft- und Kniegelenksprothesen in den developed countries. In den USA stieg die Zahl der Hüftprothesen Erstimplantationen zwischen 2005 und 2011 um 28% an, wobei der nicht demografisch bedingte Anstieg bei 13% lag. Auch andere entzündliche Leiden wie die Arthritis, Tendinitis, Bursitis nehmen zu, weswegen der amerikanische Mediziner Dr. Nicholas DiNubile schon früh vom **Krankheitsbild der Boomeritis** sprach.³⁵

Tatsächlich zeigt sich, dass gerade die Baby Boomer dem Thema Sport im Alter eine neue Bedeutung geben. Wenn alle alt sind, möchten alle jung sein. Sich nicht nur so fühlen, sondern auch so aussehen. So sind die Boomer nicht nur die erste Generation, die mit dem Sport erwachsen geworden sind, sondern auch die Ersten, die erwarten, dass sie bis weit in ihre 80er hinein trainieren können wie zuvor. Dr. Manhot: „Im Alter von 25 bis 30 Jahren sind wir auf dem Zenit unserer Leistungsfähigkeit. Ab dann beginnt rein körperlich der Verfall, auch wenn wir uns noch so jung fühlen. **Um die 50 nehmen lebenswichtige Hormone bei Mann und Frau ab, was zum Abbau von Muskelmasse führt und damit das Verletzungsrisiko bei der gleichen Sportart um ein Vielfaches steigt.** Dieses Risiko verkennen insbesondere diejenigen, die ihr ganzes Leben aktiv waren. Denn sie wännen sich in der trügerischen Sicherheit, dass sie doch schon immer Sport gemacht haben.“



WETTBEWERBSVORTEIL DURCH FOKUSSIERUNG AUF GESUNDHEITSORIENTIERTE FITNESS-ANGEBOTE

Noch Ende der Sechzigerjahre war Sport im Alter für fast alle Deutschen ein Widerspruch in sich. Nur einer von hundert Rentnern trieb regelmäßig Sport. Nach einem oft körperlich fordernden Berufsleben hieß Rente Ruhestand. Doch der menschliche Körper ist nicht dafür gemacht, nichts zu tun. Er muss belastet werden, um lange zu funktionieren. Ärzte propagieren aus diesem Grund längst den aktiven Ruhestand. Mit Erfolg: Unter den 65- bis 85-Jährigen sagt heute jeder Dritte, er treibe einmal pro Woche Sport, jeder Fünfte tut es mehrmals pro Woche.³⁶

„Das Altern ist ein sehr komplexes Thema. Um es aufzuhalten bedarf es unterschiedlicher Hebel und Bewegung ist ein ganz wesentlicher, denn Altersgebrechlichkeit und altersassoziierte Krankheiten wie Diabetes, Schlaganfall oder Herzinfarkt können durch rechtzeitige Prävention hinausgezögert beziehungsweise verhindert werden. Präventive Fitnesskonzepte müssen entsprechend früh ansetzen und sich dann bis ins hohe Alter durchziehen, um den positiven Effekt des Sports bestmöglich zu nutzen.“ Hier ergeben sich für gesundheitsorientierte Fitnessanbieter laut Dr. Manhot gleich zwei spannende Zielgruppen: Die Jüngeren, um frühzeitig die richtigen Weichen zu stellen und die Älteren, die ihre Gesundheit erhalten oder verbessern wollen. „Je älter die Zielgruppe wird, desto wichtiger sind eine individuelle Betreuung und Trainingsplanung. **Fortschrittliche Studios erfassen beispielsweise insbesondere bei Älteren die Muskelmasse, um Dysbalancen oder Schwächen zu erkennen und auf Basis dieser individuellen Daten die Trainingspläne entsprechend auszurichten.**“

Die integrative Betrachtung von Gesundheit und Fitness, eine professionelle Aufklärung und individuelle Trainingskonzepte, die Cardio- und Krafttraining gleichermaßen berücksichtigen, sind für die Mitglieder ein Segen.“ Mit diesem qualitativen Gesundheitsansatz entstehen für anspruchsvolle Studios neue Positionierungsoptionen und Wettbewerbsvorteile im umkämpften Fitnessmarkt.



CORINNA MÜHLHAUSEN:

„Der demografische Wandel wird anhalten. Und mit den alternden Selbstoptimierern und gesundheitsbewussten, heute jungen Sportlern wird die Zielgruppe der aktiven, anspruchsvollen Best Ager noch wachsen. Die Nachfrage nach präventivem, ganzheitlichem Sport wird weiter steigen und einen völlig neuen Markt für entsprechende Fitnesskonzepte und Analysetools öffnen.“

BEST CASE MEDICAL FITNESS

WIRD MEDICAL FITNESS IN FORM GANZHEITLICHER TRAININGS- UND BERATUNGSKONZEPTE UMGESETZT, ZAHLT SIE GEWINNBRINGEND FÜR MITGLIEDER UND STUDIOS AUF DIE DEFINIERTEN TRENDS EIN – WIE DAS FOLGENDE BEST PRACTICE AUS DER PRAXIS ZEIGT.



Medical Fitness, mit ihren ganzheitlichen, gesundheitsorientierten Trainingskonzepten, ist ein Ansatz, mit dem sich moderne Studios heute von der Masse abheben und im Preiskampf durch Qualität und Weitsicht behaupten können. Wie aus sportwissenschaftlicher Fachkompetenz, empathischer Beratung und bewährten Analysemethoden aus der Medizin individuelle Trainingserlebnisse mit Kundenbindungscharakter entstehen, zeigt das Best Practice des Gesundheitsstudios SPORTING. Hier wird der Medical Fitness Ansatz erfolgreich gelebt.



Bereits in Zeiten, in denen der Fokus von Fitness meist noch auf visueller Optimierung lag und Fitnessstudios eher Muckibuden waren, hat SPORTING sich über einen gesundheitlichen Ansatz definiert. Wissen und Erfahrung haben sich seit 1981 weiterentwickelt und das Angebot kontinuierlich professionalisiert. Heute bietet das Studio ganzheitliche Trainingskonzepte, die den Erhalt, die Verbesserung und die Wiederherstellung von Gesundheit und Fitness im Fokus haben. „Ganzheitlichkeit heißt für uns, eine fundierte Ist-Analyse eines jeden Mitgliedes an den Anfang zu stellen und auf Basis der individuellen Ziele, Schwächen und Stärken geeignete Trainingsmethoden auszuwählen. Dies wird mit entsprechender Ernährungsberatung begleitet und der Fortschritt regelmäßig mit medizinisch validierten Messverfahren überprüft“, so Holger Wiedemann, Diplom-Sportlehrer und Betriebsleiter von SPORTING.

PROFESSIONALISIERUNG UND VALIDITÄT ALS QUALITÄTSGARANT UND KUNDENBINDUNGSINSTRUMENT

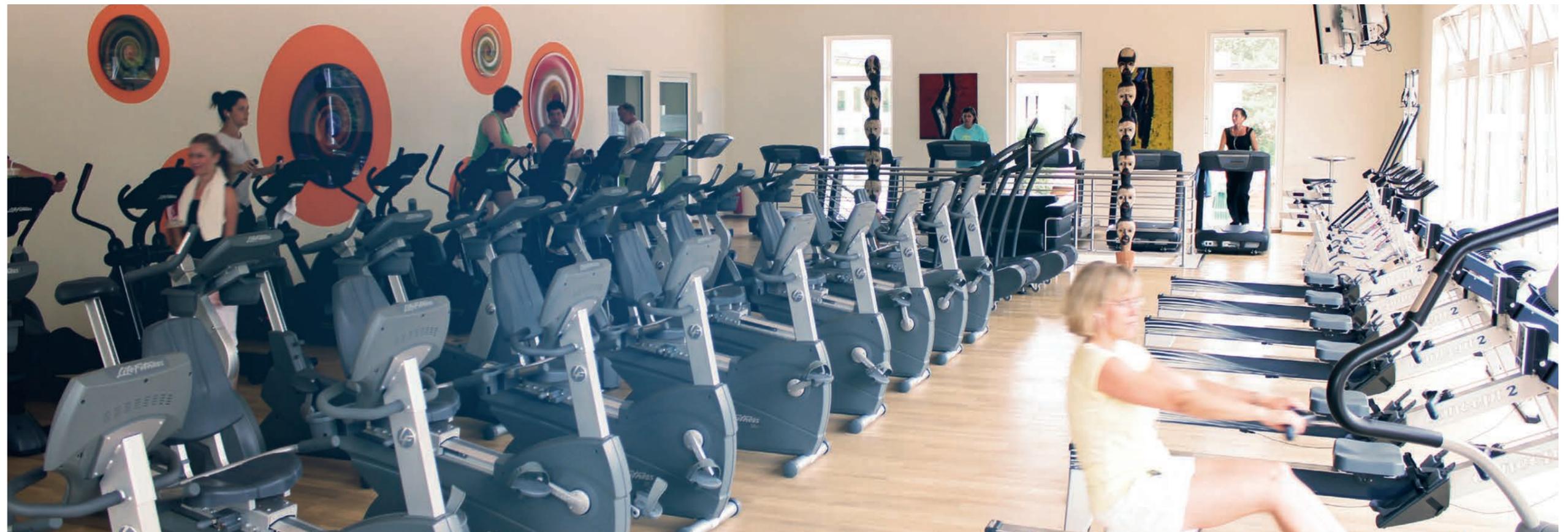
Ist-Analyse und Monitoring der Fortschritte erfolgen bei SPORTING nicht allein mit Hilfe von Ausdauer-, Kraft- und Beweglichkeitstests, sondern werden von einem Messsystem begleitet, das normalerweise vor allem in der Medizin zum Einsatz kommt. Mittels bioelektrischer Impedanzanalyse (BIA) verschafft sich der Trainer einen objektiven Eindruck von der Körperzusammensetzung eines jeden Mitgliedes.

Wiedemann: „**Inbesondere die segmentale Verteilung von Muskelmasse, Fett und Wasser gibt uns einen guten Einblick in den Trainings- und Ernährungszustand eines Kunden.** Das erlaubt uns in Kombination mit weiteren Fitnessstests eine individuelle Gestaltung und effiziente Ausrichtung des Trainings in Hinblick auf die jeweiligen Ziele. Das ist ein extrem wichtiger Faktor. **Denn die Zielerreichung des Trainings ist von zentraler Bedeutung – für den Kunden in Bezug auf seine Zufriedenheit und Treue und damit auch für uns als Studio aus wirtschaftlicher Perspektive.**“

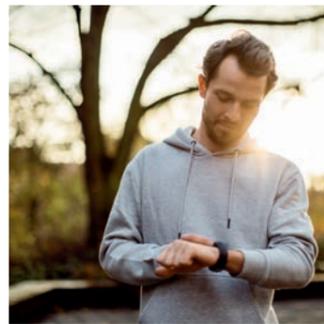
Professionelle Medical Fitness ist für Wiedemann kein bloßes Marketingversprechen, sondern wird von der Qualifizierung der Mitarbeiter, über die Ausstattung des Studios bis hin zur Einbindung medizinischer Messinstrumente ernst genommen: „Für die Erfassung der Körperzusammensetzung nutzen wir daher den medical Body Composition Analyzer (mBCA) von seca. **Wer sich ernsthaft im Gesundheitssegment positionieren will, braucht zur nachhaltigen Trainingssteuerung auch valide Messinstrumente**, die einfach bedienbar, deren Ergebnisse reproduzierbar sind und deren Genauigkeit wissenschaftlich belegt ist. Wenn wir bei der Kompetenz der Mitarbeiter und unserem Trainingsangebot auf höchste Qualität achten, wollen wir auch bei unseren unterstützenden Analysetools keine Kompromisse machen.“

DIE „SOFTWARE MENSCH“ IST ENTSCHEIDEND FÜR DIE ERFOLGREICHE MARKTPositionIERUNG

In medical Fitnessclubs wie SPORTING werden Trainer zu Gesundheitsdienstleistern und leisten damit einen Beitrag zur Prävention zahlreicher Lifestyle- und kardiovaskulärer Erkrankungen. Um diese Rolle erfolgreich und glaubwürdig auszufüllen, müssen Studios das medizinische Niveau von Trainings- und Monitoringmethoden sowie das Beratungslevel hochhalten. **„Wir sind Fachexperten im Bereich des gesundheitsfokussierten Sports. Wir sind keine Therapeuten oder Mediziner. Aber wir können uns medizinische Messsysteme wie den mBCA zunutze machen, um unser Training effektiver zu machen und um mit den behandelnden Ärzten oder Physiotherapeuten unserer Mitglieder gegebenenfalls besser Hand in Hand zu arbeiten.** Darüber hinaus bekommt der Kunde durch die Vermessung eine medizinisch valide Qualitätsbeurteilung seines Trainings und wir eine Bestätigung für den korrekten Trainingsansatz. Unsere kompetente Betreuung – die „Software Mensch“ – wird zum USP, mit dem wir uns im Wettbewerb durch Qualität positiv absetzen.“



TRENDS NUTZEN, PRÄGEN UND VON IHNEN PROFITIEREN – HOLGER WIEDEMANN'S BLICK AUF DEN MEHRWERT DES MBCA IM WIRKEN DER AUFGEZEIGTEN TRENDS:



SELBSTOPTIMIERUNG 2.0

„In Zeiten zunehmender Selbstoptimierung und dem steigenden Effizienzdenken unserer Leistungsgesellschaft ist ein medizinisches Messinstrument wie der mBCA ein hilfreiches Tool, um das Training zielführend zu gestalten und objektiv messbare Erfolge aufzuzeigen, die Kunden mit dem eigenen Wearable nicht tracken könnten. Gleichzeitig zeigt der Phasenwinkel auch sehr gut auf, wenn ein überambitioniertes Mitglied droht, ins Übertraining zu gehen.“

FEMINISIERUNG DER FITNESSWELT

„Frauen holen wir mit dem Gesundheitsansatz und der Vermessung der Körperzusammensetzung an zwei wichtigen Punkten ab: Zum einen teilen wir mit unserem Konzept ihr ganzheitliches Gesundheitsverständnis. Bei uns geht es nicht nur um optisches Bodyshaping, sondern darum, nach einer Analyse der Körperzusammensetzung sinnvoll die Stärken zu fördern und Schwachstellen zu beheben. Gleichzeitig gibt der mBCA ein objektives Feedback zum Status quo des Gesundheits- und Ernährungszustandes jenseits dessen, was die Kundin im Spiegel oder auf der Waage zu sehen glaubt.“



NEUNORMIERUNG DES KÖRPERS

„Mit dem mBCA haben wir endlich ein belastbares Argument für etwas, das wir schon seit Jahren versuchen, unseren Kunden verständlich zu machen: Vergesst die Zahl auf der Waage und euren BMI, denn diese absoluten Zahlen sagen nichts aus! Auf Basis valider Zahlen zur Körperzusammensetzung können wir Kunden viel eher für ein gesundheitsorientiertes Training zur Optimierung von Muskel- und Fettmasse gewinnen.“

ACTIVE AGING

„Der Mensch möchte heute sein Leben bis ins hohe Alter aktiv und beschwerdefrei genießen. Die 60jährigen lehnen sich nicht zurück, vielmehr nimmt der Trend zu, sich im Alter noch eine Alpenüberquerung vorzunehmen. Gezielter Muskelerhalt und -aufbau sowie effizientes Rehatraining nach Verletzungen können mit dem mBCA vorangetrieben werden.“



Der seca mBCA – ein echter Partner für Medical Fitness.

Einzigartige Validität

Der mBCA ist das einzige BIA-Gerät, dessen Validität gegen Ganzkörper-MRT, NaBr-Dilution und 4C nachgewiesen und transparent in peer-reviewed Journalen veröffentlicht wurde.

Reproduzierbarkeit

Analysesituation durch breite Plattform und Handreling jederzeit reproduzierbar

Schnelligkeit

Erfassung der Körperzusammensetzung in nur 17 Sekunden

Kundenorientierung

Einfach verständlich, grafisch aufbereitete Ergebnisse

Service

Bundesweit 20 Servicetechniker für den Support vor Ort





CORINNA MÜHLHAUSEN:

„Die einstige private Sehnsucht nach Gesundheit und Fitness hat sich durch viele unterschiedliche Subtrends in einen volkswirtschaftlich relevanten Megatrend verwandelt. Um das gesundheitliche, aber auch das ökonomische Potenzial dieser Entwicklung voll auszuschöpfen, wird es für ein Bestehen in der kompetitiven Fitnessindustrie mittelfristig entscheidend sein, medizinische und ganzheitliche Trainingskonzepte zu verfolgen und Erfolge für Selbstoptimierer, Kassen und Ärzte sichtbar zu machen. **Medical Fitness wird ein Schlüssel dazu sein.**“

QUELLEN

- 1 Healthstyle III/Trendcoach/TNS 2016: Ganzheitlich gesund; <https://bit.ly/2IZmGhl>
- 2 Fritz Classen Milieus 2018
- 3 Bitkom 2017: Fast jeder Zweite nutzt Gesundheits-Apps; <https://bit.ly/2pNWJZc>
- 4 Med 2 0., 2015, Jul-Dec 4 (2): e4: mHealth: Don't Forget All the Stakeholders in the Business Case; <https://bit.ly/2MraGHD>
- 5 Bitkom 2016: Fast ein Drittel nutzt Fitness-Tracker; <https://bit.ly/1X2fjE1>
- 6 British Journal of Sports Medicine, 2018, Volume 52, Issue 18, P52:1217-1218: Self-regulated use of a wearable activity sensor is not associated with improvements in physical activity, cardiometabolic risk or subjective health status; <https://bit.ly/2Mp7koq>
- 7 JAMA, 2016, Volume 316, Issue 11, P1161-1171: Effect of Wearable Technology Combined With a Lifestyle Intervention on Long-term Weight Loss: The IDEA Randomized Clinical Trial; <https://bit.ly/2fFr0mj>
- 8 Adipositas 2008, Volume, Issue 4, P204-210: Kosten der Adipositas in der Bundesrepublik Deutschland - Eine aktuelle Krankheitskostenstudie; <https://bit.ly/35Krj8F>
- 9 DESTATIS 2019: Verdienstunterschied zwischen Frauen und Männern 2018 unverändert bei 21%; <https://bit.ly/2Wvn7nX>
- 10 Healthstyle III/Trendcoach/TNS 2016: Ganzheitlich gesund; <https://bit.ly/2IZmGhl>
- 11 Philips Global Beauty Index 2018
- 12 Healthstyle III/Trendcoach/TNS 2016: Ganzheitlich gesund; <https://bit.ly/2IZmGhl>
- 13 ebd.
- 14 ebd.
- 15 DKV-Report 2018: Wie gesund lebt Deutschland? <https://bit.ly/31K7DVD>
- 16 best for planning 2018
- 17 Süddeutsche.de 2018: Starke Frauen. <https://bit.ly/2Jlma7R>
- 18 Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft 2019
- 19 SAZsport.de 2018, <https://www.sazsport.de>
- 20 Fit for Fun, 2017, Ausgabe 10 (Forsa für die Techniker Krankenkasse und Fit for Fun: „Deutschland im Fitness-Check“)
- 21 Präventionsbericht 2018: <https://bit.ly/2TMZkxU>
- 22 Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft 2019
- 23 The Lancet, 2016, Volume 387, Issue 10026, P1377-1396: Trends in adult body mass index in 200 countries from 1975 to 2014: a pooled analysis of 1698 population-based measurement studies with 19.2 million participants; <https://bit.ly/2HGLOGA>
- 24 BARMER GEK Report Krankenhaus 2016, 71. <https://bit.ly/2MpLy3C>
- 25 WHO 2018: Fact Sheet Physical Activity 23.2.2018
- 26 Eur Heart Journal, 2018, Volume 39, Issue 5, P397-406: Separate and combined associations of obesity and metabolic health with coronary heart disease: a pan-European case-cohort analysis; <https://bit.ly/2MqUuFS>
- 27 Stand 11.10.2019
- 28 Werte-Index 2018
- 29 Destatis 2018 auf Basis des Mikrozensus 2016. „Lebensformen älterer Menschen“
- 30 Destatis auf Grundlage der 13. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung nach Ländern
- 31 WHO 2016: HALE: Health adjusted life expectancy; <https://bit.ly/31tE50>
- 32 The Lancet, 2017, Volume 389, Issue 10076, P1323-1335: Future life expectancy in 35 industrialised countries: projections with a Bayesian model ensemble; <https://bit.ly/2OTrKaK>
- 33 Healthstyle III – Ganzheitlich gesund 2016; <https://bit.ly/2IZmGhl>
- 34 Splendid Research 2018: Warum treiben die Deutschen Sport und welche Motive halten sie davon ab? <https://bit.ly/32rCz7U>
- 35 Deutsches Ärzteblatt Int, 2014: Volume 111, Issue 23-24, P407-16: Hip and knee replacement in Germany and the USA—analysis of individual inpatient data from German and US hospitals for the years 2005 to 2011; <https://bit.ly/2P0eqkS> und <https://bit.ly/2o6uZR4>
- 36 Der Spiegel, 2017: Ausgabe 4, Marathon im Alter; <https://bit.ly/31oO7r8>

IMPRESSUM

seca gmbh & co. kg.
Medizinische Messsysteme und Waagen seit 1840

Hammer Steindamm 3-25
22089 Hamburg

Telefon: 0800 20 00 005
Fax: +49 40 20 00 00-140
E-Mail: info@seca.com
Website: www.seca.com

KONTAKT MEDICAL FITNESS

Angelina Zirkel | Vertriebsleiterin medical Fitness Deutschland
Telefon: +49 151 550 646 69
E-Mail: angelina.zirkel@seca.com

KONTAKT PR

Anika Otto | Communications Manager
Telefon: +49 40 20 00 00-411
E-Mail: anika.otto@seca.com

Der Trendreport zum Download auf
www.seca.com/trendreport

