



**DOSB** | Sport bewegt!

# **DOSB | Das Fitness-Studio im Sportverein**

## Planung – Realisierung – Betrieb

Ein Leitfaden

#### Impressum

Das Fitness-Studio im Sportverein, Planung – Realisierung – Betrieb – Ein Leitfaden

Herausgeber: Deutscher Olympischer SportBund | Geschäftsbereich Sportentwicklung | Ressort Präventionspolitik und Gesundheitsmanagement  
Otto-Fleck-Schneise 12 | D-60528 Frankfurt am Main | Tel. +49 (0) 69 / 67 00 298 | Fax +49 (0) 69 / 67 87 80 1 | E-Mail office@dosb.de  
www.sportprofitfitness.de

Redaktion: Stephan Bauer (YouDo Konzepte), Christian Becker (Buchmenue), Eckhard Cöster (LSB Hessen), Petra Dietz (LSB Nordrhein-Westfalen),  
Katrin Gauler (HSB), Constanze Gawehn (DOSB), Bianca Haschke, Meike Henning (DOSB), Heidrun Krämer (DTB), Bianca Quardokus (DOSB),  
Torsten Schnittker (LSV Baden-Württemberg), Claus Umbach (BVDG), Miriam van Geenen (DOSB), Dr. Boris Zielinski (Geschäftsführer TG Bornheim)

1. Auflage : 1.000, Januar 2012

Grafik: Agentur November GmbH

Fotos: picture alliance/beyond: Claudia Göpperl (S. 47), picture alliance/PhotoAlto: Eric Audras (S. 48/49), picture alliance: Oliver Berg (S. 52),  
picture alliance/beyond foto (S. 74/75), alle weiteren Fotos: Jörg Obernolte



Liebe Leserinnen  
und Leser,

der organisierte  
Sport ist mit  
seinen 27,6 Mil-  
lionen Einzelmit-  
gliedschaften

in mehr als 91.000 Sportvereinen  
die größte Personengemeinschaft in  
Deutschland.

Damit das auch so bleibt, müssen sich  
die Sportverbände und Sportvereine  
den gesellschaftlichen Herausforde-  
rungen stellen. Für viele Vereine stellt  
sich daher die Frage, was sie tun  
können, um Mitglieder zu halten und  
neue Mitglieder zu gewinnen. Einige  
Vereine überlegen daher, im Rahmen  
der Vereinsentwicklung ein vereinseige-  
nes Fitness-Studio zu gründen. Denn  
die Fitnessbranche boomt, und die  
Anzahl der vereinseigenen Studios hat  
in den letzten Jahren kontinuierlich  
zugenommen. Viele dieser Vereine, die  
ein Fitness-Studio betreiben, konnten  
ihre Mitgliederzahlen steigern.

Von den ersten Überlegungen bis hin  
zur Inbetriebnahme eines vereinseige-  
nen Fitness-Studios bedarf es jedoch  
der sorgfältigen Planung. Der vorlie-  
gende Leitfaden gibt Hinweise hierfür,  
zeigt die erforderlichen Wege auf und

informiert interessierte Vereine über  
Möglichkeiten zur Unterstützung und  
Beratung. Wir wollen damit all dieje-  
nigen, die sich auf den Weg zum ver-  
einseigenen Fitness-Studio machen, in  
diesem Prozess aktiv unterstützen.

Mit dem Qualitätssiegel SPORT PRO  
FITNESS zertifizieren wir übrigens ver-  
einseigene Fitness-Studios, die sich  
durch hohe Qualität, zeitliche Flexibilität  
und zielgruppenspezifische Angebote  
auszeichnen.

Lassen Sie sich inspirieren und öffnen  
Sie Ihrem Verein eine weitere Tür zur  
Fitness!

Walter Schneeloch

*Vizepräsident Breitensport/Sportentwicklung*

# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## Inhalt

|       |                               |    |       |                                |    |       |                                    |    |       |                                                             |    |
|-------|-------------------------------|----|-------|--------------------------------|----|-------|------------------------------------|----|-------|-------------------------------------------------------------|----|
| 1.    | Einleitung                    | 6  | 4.    | Räumliche Planung              | 32 | 6.    | Personalwirtschaft                 | 56 | 8.    | Kooperationsmöglichkeiten                                   | 74 |
| 2.    | Überlegungen und Konsequenzen | 12 | 4.1   | Flächenverteilung              | 35 | 6.1   | Personalplanung                    | 58 | 8.1   | Kooperationen im Gesundheitssektor                          | 76 |
| 3.    | Konzeption                    | 16 | 4.2   | Einrichtung                    | 36 | 6.1.1 | Personalbedarf                     | 58 | 8.1.1 | Krankenkassen                                               | 76 |
| 3.1   | Analysen                      | 18 | 4.2.1 | Trainingsfläche                | 36 | 6.1.2 | Anforderungen und Qualifikationen  | 60 | 8.1.2 | Kliniken, Arztpraxen und Physiotherapieeinrichtungen        | 78 |
| 3.1.1 | Marktanalyse                  | 19 | 4.2.2 | Kursbereich                    | 39 | 6.1.3 | Personaleinsatz                    | 61 | 8.2   | Fitness für Firmenangehörige                                | 78 |
| 3.1.2 | Standortanalyse               | 19 | 4.2.3 | Sanitäre Anlagen               | 41 | 6.1.4 | Weiterbildung/ Personalentwicklung | 62 | 8.3   | Gerätegestütztes Fitnesstraining für Kinder und Jugendliche | 79 |
| 3.2   | Positionierung                | 21 | 4.2.4 | Wellnessbereich                | 41 | 6.2   | Personalkosten                     | 64 | 9.    | Qualitätssiegel SPORT PRO FITNESS                           | 80 |
| 3.3   | Inhaltliche Konzeption        | 25 | 4.2.5 | Empfangsbereich/Theke/Bistro   | 42 | 7.    | Finanzierung                       | 66 | 10.   | Schlussbemerkung                                            | 84 |
| 3.3.1 | Angebotspalette               | 25 | 4.2.6 | Sonstige Räumlichkeiten        | 43 | 7.1   | Investitions- und Kostenplanung    | 68 | 11.   | Literatur                                                   | 86 |
| 3.3.2 | Trainingskonzeption           | 28 | 4.3   | Ausstattung der Räumlichkeiten | 44 | 7.2   | Finanzierungsinstrumente           | 70 |       |                                                             |    |
| 3.3.3 | Preiskalkulation              | 31 | 4.4   | Baurechtliche Verordnungen     | 47 | 7.2.1 | Finanzierungsplan                  | 70 |       |                                                             |    |
| 3.3.4 | Öffnungszeiten                | 31 | 5.    | Umweltmanagement               | 48 | 7.2.2 | Finanzierungsmöglichkeiten         | 71 |       |                                                             |    |
|       |                               |    |       |                                |    | 7.3   | Förderprogramme                    | 72 |       |                                                             |    |
|       |                               |    |       |                                |    | 7.4   | Steuerrechtliche Hinweise          | 73 |       |                                                             |    |

# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb



1 | Einleitung



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 1. Einleitung

Die Sportvereine in Deutschland blicken auf eine lange Erfolgsgeschichte zurück. Dabei zählen zu ihren Stärken die Prinzipien einer Solidargemeinschaft, die durch Zusammengehörigkeit, Geselligkeit und Unterstützung gekennzeichnet sind. Seit es Sportvereine gibt, unterliegen diese einem stetigen Wandel. Während viele Vereine vor allem in traditionellen Sportarten mit starker Wettkampforientierung Mitgliederrückgänge zu verzeichnen haben, gibt es andererseits in breiten Bevölkerungsschichten eine steigende Nachfrage nach Bewegungsangeboten im Fitness- und Gesundheitsbereich. Dies hat vor allem damit zu tun, dass sich die Motive um Sport zu treiben und sich die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen verändert haben.

### Gesellschaftliche Veränderungen

Veränderungen der beruflichen Lebenswelten – Abschied vom Zeitwohlstand

In den letzten Jahren hat sich mit der Flexibilisierung der Arbeitszeit und deren Ausdehnung bis in die Abendstunden und Wochenenden hinein eine starke Veränderung der Nutzung von Sportmöglichkeiten für breite Schichten der Bevölkerung ergeben. Ein regelmäßiges Training zu einer festgelegten Zeit ist für große Teile der Bevölkerung immer schwieriger zu realisieren. Auch die durch den Bologna Prozess angestoßenen Umstellungen der Studiengänge an den Universitäten sowie die Umwandlungen der Schulen zu Ganztageschulen verlangen nach Angebotsveränderungen im organisierten Sport. Aktuelle Umfragen und Statistiken in kommerziellen Fitnessclubs zeigen, dass die Gruppe der so genannten „Best Ager“, Personen über 50 Jahre, rund die Hälfte der Kundinnen und Kunden ausmachen. Dahinter folgt die Gruppe der über 40-Jährigen. Insgesamt ist die Gruppe der Frauen in Fitness-Studios stark angewachsen.

Demografischer Wandel – Deutschland wird älter

Besonders die Veränderung der Altersstruktur in Deutschland wird sich immer stärker auch in der Nachfrage nach Bewegungsangeboten bemerkbar machen. Schon heute sind über 25 Prozent der Bevölkerung über 60 Jahre alt, gleichzeitig ist die Zahl der Kinder und Jugendlichen rückläufig. Eine Gesellschaft mit einem steigenden Anteil an älteren Menschen benötigt veränderte Bewegungs- und Sportangebote.

Mehr Sportanbieter – kommerzieller Sport als Konkurrenz für Sportvereine

Sportvereine sind immer noch Anlaufstelle Nummer eins für die sportinteressierte Bevölkerung. Mit den kommerziellen Sportanbietern haben sie in den letzten beiden Jahrzehnten jedoch eine immer stärkere Konkurrenz bekommen.

Für Fitnessinteressierte sind kommerzielle Sportanbieter aufgrund der zeitlichen Flexibilität und der zielgruppenspezifischen Angebote (z. B. Frauenstudios, Seniorenstudios, Rückenzentren, reine Kursstudios) interessant. Weitere Konkurrenz erwächst den Sportvereinen durch Arztpraxen, Kliniken und Physiotherapieeinrichtungen, die ihre Angebote um sportliche Aktivitäten ergänzen.

Motivwandel bei der Suche nach Sportangeboten

Mit der Veränderung der Altersstruktur, dem „Abschied vom Zeitwohlstand“ und den zunehmenden Veränderungen und Belastungen in der modernen Arbeitswelt haben sich auch die Motive für sportliche Aktivitäten verändert. Menschen suchen heute weniger Wettkampf oder Leistungssport, weniger komplizierte und reglementierte Angebote.

Bei einer immer älter werdenden und beruflich zunehmend geforderten Bevölkerung rücken verstärkt Motive zur Gesunderhaltung und Wohlbefinden gekoppelt mit Spaß und Unterhaltung in den Vordergrund.

Auch die Tendenz zu mehr Single-Haushalten in urbanen Regionen verändert die Motive zum Sporttreiben. Angebote, bei denen neue soziale Kontaktmöglichkeiten gegeben sind, bei gleichzeitig zeitlicher Flexibilität, gewinnen an Bedeutung.

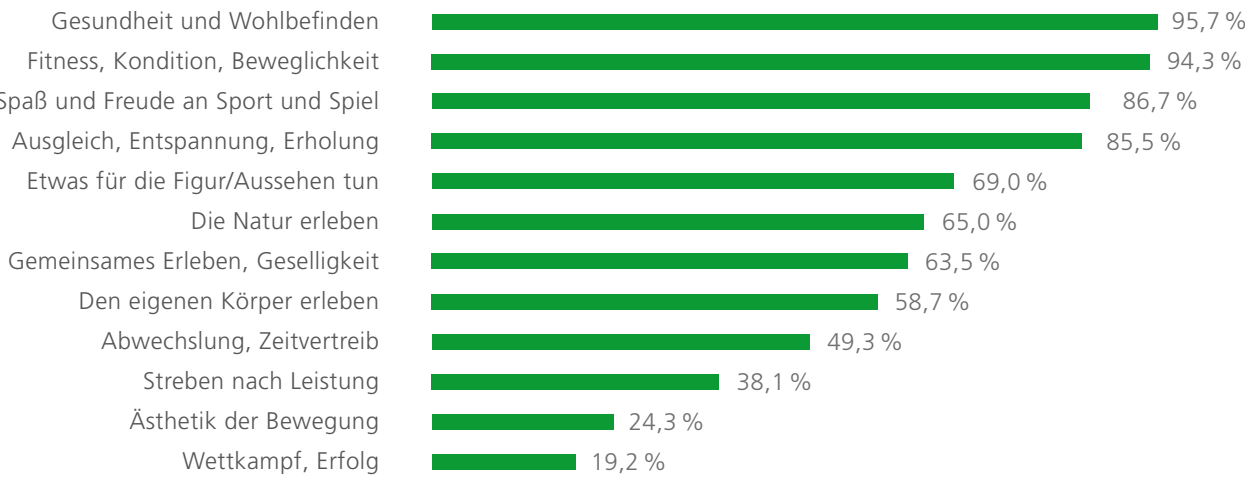


Abb. 1 Motive zum Sporttreiben (Stand 2008)

Quelle: Eckl & Schabert (2008)

| Rang | Stadt-/Landkreis | Single-Haushalte in % | Rang | Stadt-/Landkreis | Single-Haushalte in % |
|------|------------------|-----------------------|------|------------------|-----------------------|
| 1    | SK Berlin        | 52,4                  | 6    | SK München       | 47,3                  |
| 2    | SK Hamburg       | 49,6                  | 7    | SK Braunschweig  | 46,7                  |
| 3    | SK Bremen        | 48,3                  | 8    | SK Leipzig       | 46,7                  |
| 4    | SK Aachen        | 47,7                  | 9    | SK Trier         | 45,9                  |
| 5    | SK Bremerhaven   | 47,3                  | 10   | SK Regensburg    | 45,1                  |

Abb. 2 Die Stadt- und Landkreise mit dem höchsten Anteil an Ein-Personen-Haushalten

Quelle: GfK Bevölkerungsstrukturdaten 2008

# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## Aktuelle Entwicklungen im Fitness-Bereich

Die Fitnessbranche selbst gilt als eine der sich am schnellsten entwickelnden Sportbereiche der letzten Jahre. Es haben sich neben dem klassischen Muskelaufbau- und Gerätetraining verstärkt andere Sparten herausgebildet, die sich den bereits erwähnten gesellschaftlichen Veränderungen anpassen. Im Mittelpunkt stehen Gesundheit, Prävention und Rehabilitation, Erholung und Wohlfühlen, Spaß und Geselligkeit. So ist es kein Wunder, dass sich Fitness-Studios für gesundheitsbewusste und sportbegeisterte Menschen zu einem attraktiven Ort entwickelt haben. Mittlerweile hat sich Fitnesstraining noch vor Fußball zur beliebtesten „Sportart“ in Deutschland entwickelt.

In den letzten Jahren haben immer mehr Sportvereine die Chancen eines vereinseigenen Fitness-Studios erkannt und eigene Anlagen erstellt. Vor allem die Kombination von Geselligkeit und sozialer Vernetzung mit einem qualitativen Fitnessangebot eignen sich optimal für ein gesundheitsbewusstes Fitnesstraining.

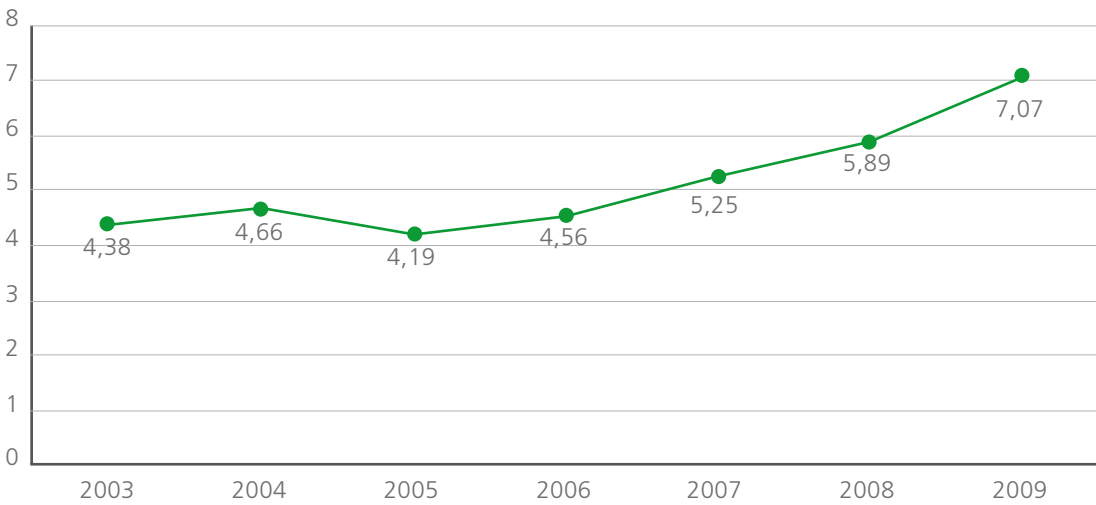


Abb. 3 Mitgliederentwicklung in kommerziellen Fitness-Studios 2003–2009

Quelle: DSSV Eckdaten – Gesamtmarktentwicklung, 2009. Nicht berücksichtigt sind Studios mit weniger als 200 Quadratmeter.

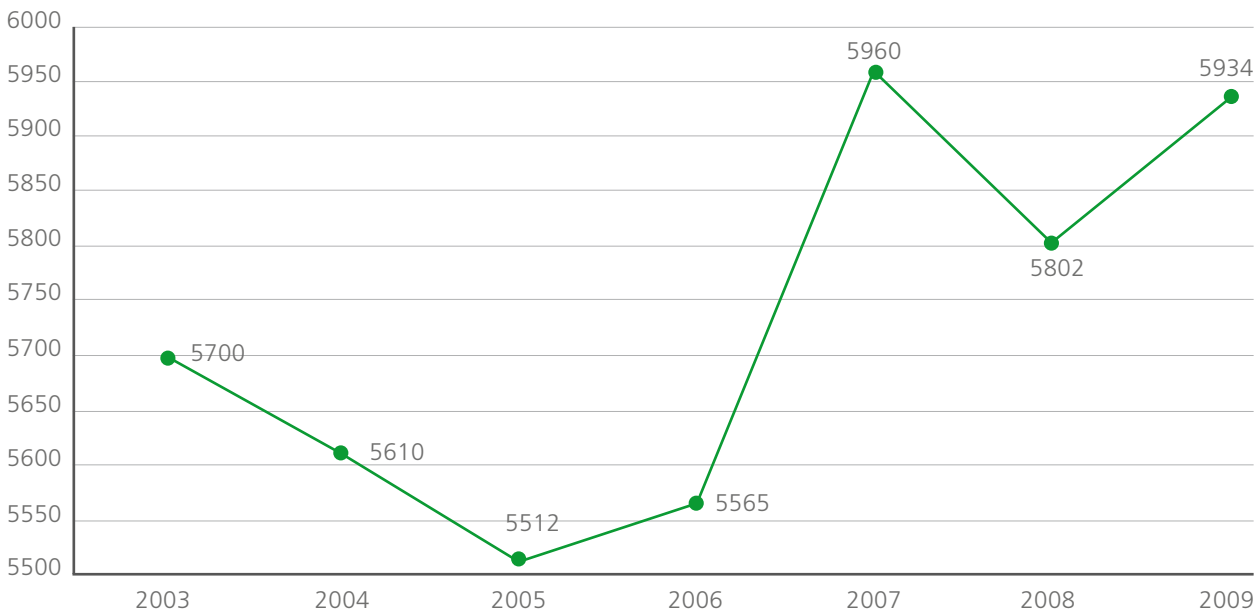


Abb. 4 Entwicklung der Anzahl der Fitness-Studios in Deutschland 2003–2009

Quelle: DSSV Eckdaten – Gesamtmarktentwicklung, 2009. Nicht berücksichtigt sind Studios mit weniger als 200 Quadratmeter.

## Leitfaden für Sportvereine

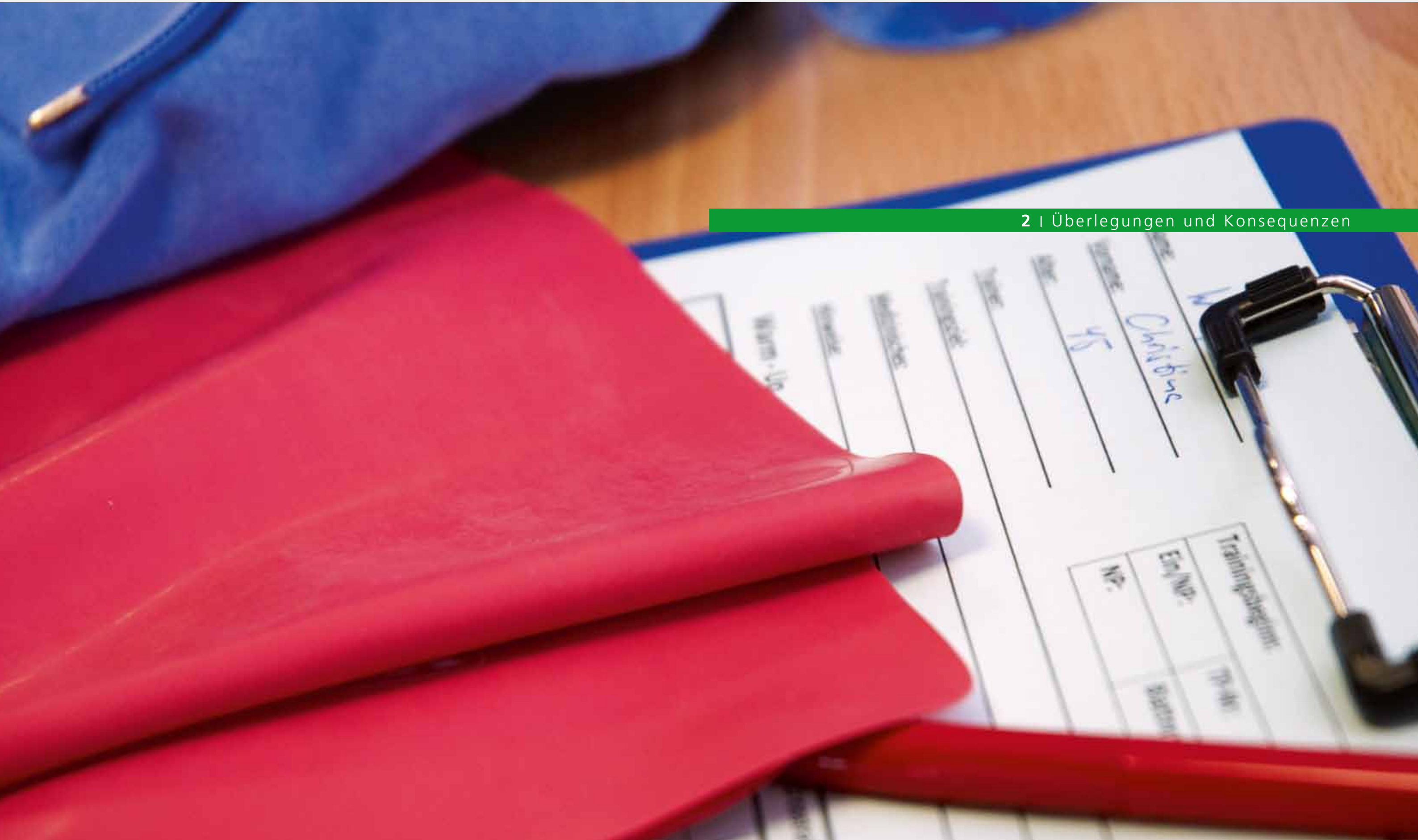
Sportvereine, die sich mit dem Gedanken tragen, ein eigenes Fitness- und Gesundheitszentrum einzurichten, stoßen auf ihrem Weg auf vielerlei Fragen und Probleme. Der vorliegende Leitfaden, den die Initiatoren des Qualitätssiegels SPORT PRO FITNESS – Deutscher Olympischer Sportbund (DOSB), Deutscher Turner-Bund (DTB) und Bundesverband Deutscher Gewichtheber (BVDG) in Zusammenarbeit mit dem Landessportbund Hessen, dem Landessportverband Baden-Württemberg, dem Landessportbund Nordrhein-Westfalen sowie dem Hamburger Sportbund – erstellt haben, versteht sich als Ratgeber und Wegweiser für Sportvereine auf dem Weg zu einer eigenen Einrichtung.

Ziel des vorliegenden Leitfadens ist es, den Vereinen Tipps und Informationen zur Verfügung zu stellen, Schritt für Schritt aufzuzeigen, was bei der Planung und Umsetzung des Vorhabens zu beachten ist und wo Probleme entstehen können bzw. Risiken lauern. Der Leitfaden basiert auf den Erfahrungen von Verantwortlichen bereits bestehender Studios, Informationen aus Fachliteratur sowie der Unterstützung zahlreicher Ämter und Organisationen.

# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 2 | Überlegungen und Konsequenzen



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 2. Überlegungen und Konsequenzen

Der Bau eines vereinseigenen Fitness-Studios erfordert von den Verantwortlichen in den Sportvereinen eine sorgfältige Planung und Abwägung der Vor- und Nachteile sowie eine Klärung der strukturellen und organisatorischen Abläufe und Verantwortlichkeiten im Verein. Um am Markt bestehen zu können, ist nicht die Größe entscheidend (die Mitgliederzahl vereinseigener Fitness-Studio liegt zwischen 200 und 3.200), sondern das Konzept und das sich daraus ergebende Angebot. Stimmen Konzept und Angebot, kann jedes Fitness-Studio eines Sportvereins auf dem Markt konkurrenzfähig sein.

Bevor mit der Planung eines Studios begonnen werden kann, muss innerhalb der Führungsgremien des Vereins geklärt werden, ob ein eigenes Fitness-Studio überhaupt zur Verbesserung der Situation des Vereins beitragen kann. Die Fragen dazu könnten lauten: Was können wir als Verein verändern, um für unsere Vereinsmitglieder weiterhin attraktiv zu bleiben und welche Vorteile würde die Einrichtung eines Studios für den Verein bringen?

Wenn die grundsätzliche Entscheidung für ein Fitness-Studio gefallen ist, ergeben sich weitere Fragen:

- ! **Wie kann das Studio in den Verein integriert werden?**
- ! **Welche Form eines Studios passt zu uns?**
- ! **Wie groß ist das Einzugsgebiet und damit das Potential für neue Mitglieder?**
- ! **Wie viele Vereinsmitglieder würden voraussichtlich das Studio nutzen?**
- ! **Was müssen wir zur Gewinnung neuer Mitglieder tun?**
- ! **Ist ein Neubau notwendig oder können bereits genutzte Räumlichkeiten umgebaut bzw. zusätzliche Räume angemietet werden?**

Den Verantwortlichen in den Sportvereinen sollte von Beginn an klar sein, dass sich Entscheidungsprozesse bei einem solch großen Vorhaben über längere Zeit dauern und somit Durchhaltevermögen und Geduld bei allen Beteiligten nötig sind. Dies liegt vor allem an der umfangreichen konzeptionellen Planung und der oft aufwendigen Finanzierung.

Deshalb ist es wichtig, die Entscheidung für den Bau eines eigenen Fitness-Studios durch eine möglichst breite Basis zu legitimieren. Wichtige Entscheidungsträger im Verein sind von Beginn an in die Planungen, die Entscheidungsprozesse und ggf. den Bau einzubeziehen.

Gremien wie z. B. die Mitgliederversammlung können genutzt werden, um über die Idee und die Planung zu berichten.

Des Weiteren ist es wichtig einen speziellen Ausschuss zu bilden, der die Planung des Fitness-Studios entwickelt, vorantreibt und vertritt. Bei anschließenden Klausurtagungen und der abschließenden Hauptversammlung nehmen der Vorstand, Geschäftsführerin oder Geschäftsführer (falls vorhanden), Mitglieder und der Ausschuss teil.

Der gesamte Prozess erfolgt schrittweise. Es empfiehlt sich, Zwischenziele zu formulieren, diese abzuarbeiten und bei deren Erreichen Abstimmungsentscheidungen durchzuführen. Anschließend sollten die Zwischenziele auch vereinsintern kommuniziert werden, sodass die Mitglieder immer aktuell informiert sind.

Zeitlich gesehen könnten folgende Zwischenziele mit den jeweils daran beteiligten Personen/Institutionen aufeinander folgen:

- ! **Problemdiagnose (Vereinsvorstand, Abteilungsleiterinnen/Abteilungsleiter)**

- ! **Idee (Vereinsvorstand, Abteilungsleiterinnen/Abteilungsleiter)**
- ! **Befragung der Mitglieder sowie regelmäßige Informationen zum Projektverlauf**
- ! **Konzeptentwicklung (Bauausschuss oder Vereinsvorstand, Abteilungsleiterinnen/Abteilungsleiter, Fachleute aus den Reihen der Vereinsmitgliedern oder Unternehmensberaterinnen/Unternehmensberater, Steuerberaterinnen/Steuerberater, Geräteherstellerinnen/Gerätehersteller, Architektinnen/Architekten)**
- ! **Realisierungsmöglichkeiten (Bauausschuss oder Vereinsvorstand, Abteilungsleiterinnen/Abteilungsleiter, externe Beraterinnen/Berater oder Fachleute unter den Vereinsmitgliedern, Gemeindevertreterinnen und -vertreter)**
- ! **Zielvereinbarungen (Bauausschuss oder Vereinsvorstand, Abteilungsleiterinnen/Abteilungsleiter, externe Beraterinnen/Berater oder Fachleute unter den Vereinsmitgliedern)**
- ! **Finanzierungsplan (externer Auftrag) (Bauausschuss oder Vereinsvorstand, Abteilungsleiterinnen/Abteilungsleiter, externe Beraterinnen/Berater oder Fachleute unter den Vereinsmitgliedern, Gemeindevertreterinnen und -vertreter, Kreditinstitut)**
- ! **Businessplan (Bauausschuss oder Vereinsvorstand, Abteilungsleiterinnen/Abteilungsleiter, externe Beraterinnen/Berater oder Fachleute unter den Vereinsmitgliedern)**
- ! **Informationsveranstaltungen für den gesamten Verein (Vereinsvorstand)**
- ! **Endgültige Abstimmung über das Projekt (Vereinsvorstand/Mitgliederversammlung)**

Ein besonderes Augenmerk ist auf Bereiche zu lenken, die im Laufe des Projektes Veränderungen unterworfen sein können. Zumeist betrifft dies die Angebotsstruktur, räumliche Planung, Personal und Finanzen. Nicht alle Entscheidungen können dabei alleine vom Verein getroffen werden. Im Bereich „Räumliche Planung“ beispielsweise ist die Unterstützung durch Kommunen und Verbände notwendig. Hinsichtlich baulicher Maßnahmen bedarf es der Zustimmung von Behörden.

Viele Schritte finden parallel statt. Diese können nicht alleine vom Verein bzw. der Geschäftsführung, Vorstand und fachkundigen Mitgliedern geleistet werden. Es ist ratsam, sowohl eine Steuerberaterin, einen Steuerberater (Abklärung der Betriebsform), eine externe Beratung (z. B. durch den Sportverband) oder ggf. eine Unternehmensberatung, ein sportstättenkundiges Architekturbüro sowie Geräteherstellerfirmen zu Rate zu ziehen.

Mit diesem Personenkreis sollte ein allgemeiner Projektplan (beinhaltet Investitionsplan, Kostenplan, Finanzierungsplan, Bauplan, Einrichtungspläne) mit zeitlich festgelegten Zielvereinbarungen/Zwischenzielen ausgearbeitet werden.

Hierfür ist es sinnvoll, einen Projektverlaufsplan zu erstellen, in dem alle notwendigen Abläufe in Arbeitspaketen zusammengefasst und mit Anfangs- und Endzeit gekennzeichnet sind. Die Visualisierung der Arbeitsschritte erleichtert das Vorankommen, weil jede Beteiligte, jeder Beteiligte weiß, welche Aufgabe bis wann erledigt sein muss. Die Umsetzung eines Fitness-Studios benötigt in der Regel zwischen drei und vier Jahre, wobei gut ein Drittel der Zeit in die Planung investiert wird, die reine Bauzeit ist im Vergleich dazu kurz.



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

3 | Konzeption



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 3. Konzeption

Ein erfolgreiches Konzept beinhaltet grundsätzlich mehrere Säulen.

- | Analysen
- | Positionierung (Zielrichtung und Zielgruppen, Möglichkeiten der Positionierung)
- | Konzeption (inhaltlich, räumlich, personell)
- | Personalplanung
- | Investitions- und Kostenplanung
- | Sonstiges/besondere Aufgaben

## 3.1 Analysen

Bei der Planung ist es empfehlenswert, sowohl eine Markt- (Konkurrenzanalyse, Mitgliederanalyse, Kunden-, Mitglieder- und Bedürfnisbefragungen in Verein und Umgebung) als auch eine Standortanalyse durchzuführen.

Fachzeitschriften, Forschungsinstitutionen, Verbände, Unternehmensberatungen und statistische Ämter sowie Gerätehersteller und Branchenexperten geben ihr Wissen und ihre Informationen auf Nachfrage gerne weiter.

Zuerst sollte eine Marktanalyse mit Berücksichtigung auf die allgemeine Branchenentwicklung erstellt werden. Jährlich werden vom Arbeitgeberverband deutscher

Fitness- und Gesundheitsanlagen (DSSV) die „Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft“ ermittelt. Diese können unter [www.dssv.de](http://www.dssv.de) bestellt werden.

### 3.1.1 Marktanalyse

Im Rahmen einer Marktanalyse wird insbesondere eine Konkurrenzanalyse durchgeführt. Dabei geht es um Informationen über die Mitbewerber im direkten Umfeld. Angebot und Nachfrage müssen in einem optimalen Verhältnis stehen.

Es geht bei der Konkurrenzanalyse nicht nur um die grobe Erfassung der Lage und Anzahl anderer Fitness-Studios in der Stadt und der Umgebung, sondern auch um deren Konzept, Struktur und Image.

Auf folgende Dinge ist speziell zu achten:

- | Wie ist die Angebots- und Preisstruktur der Mitbewerber?
- | Welche Konzeption haben sie?
- | Welchen Marktanteil besitzen sie in der Umgebung?
- | Welche Zielgruppen werden bedient?
- | Welches Marktsegment ist noch nicht besetzt, wo besteht gleichzeitig Nachfrage?
- | Wo liegen die Stärken und Schwächen der konkurrierenden Studios?
- | Gibt es in der Nähe weitere Sportvereine, die in absehbarer Zeit ein ähnliches Projekt in Planung haben?

Die notwendigen Informationen können meist direkt bei den Mitbewerbern durch Flyer, Prospekte oder direktes Erfragen von Informationen eingeholt werden. Im Gespräch mit Kundinnen und Kunden anderer Studios können deren Bedürfnisse und Verbesserungsvorschläge erfragt werden.

### 3.1.2 Standortanalyse

Ein optimaler Standort ist in Anbetracht der mittlerweile nahezu flächendeckend vertretenen Fitness-Studios nicht leicht zu finden, gewinnt dadurch aber immer mehr an Bedeutung. Somit stellt sich auch für Sportvereine die Frage: Welches ist der geeignete Standort für mein Projekt und welche Einflussfaktoren müssen berücksichtigt werden?

Sportvereine haben im Vergleich zu anderen Anbietern den Nachteil, dass sie bereits an einem bestimmten Standort existieren und daher in ihrer Ortswahl eingeschränkt sind. Allerdings kann ein Verein sich dazu entschließen, das Projekt eines Fitness-Studios auch an einem Standort außerhalb des bisherigen Vereinsgeländes zu verwirklichen.

Folgende Faktoren müssen bei einer fundierten Standortanalyse berücksichtigt werden:

#### 1. Einwohner/Einzugsgebiet

Als Einzugsgebiet wird der Bereich bezeichnet, der nicht weiter als 15 Minuten Fahrzeit mit dem Auto entfernt ist. Laut Statistiken lassen sich innerhalb eines definierten Einzugsgebietes ca. sechs bis acht Prozent der Einwohner als potentielle Kunden für Fitness-Studios gewinnen. Am geplanten Standort sollte das Einwohnerpotential mindestens 15.000 Einwohner umfassen.

Zur Ermittlung der aktuellen Wirtschaftslage und der Zukunftsaussichten des Einzugsgebietes helfen folgende Fragen:

- | **Einwohnerstrukturanalyse:** Wie hoch ist das Einkaufs-, Wohn- und Arbeitsbevölkerungspotential? Anhand statistischer Ämter können Strukturmerkmale der Haushalte im Einzugsgebiet aufgefunden gemacht werden.

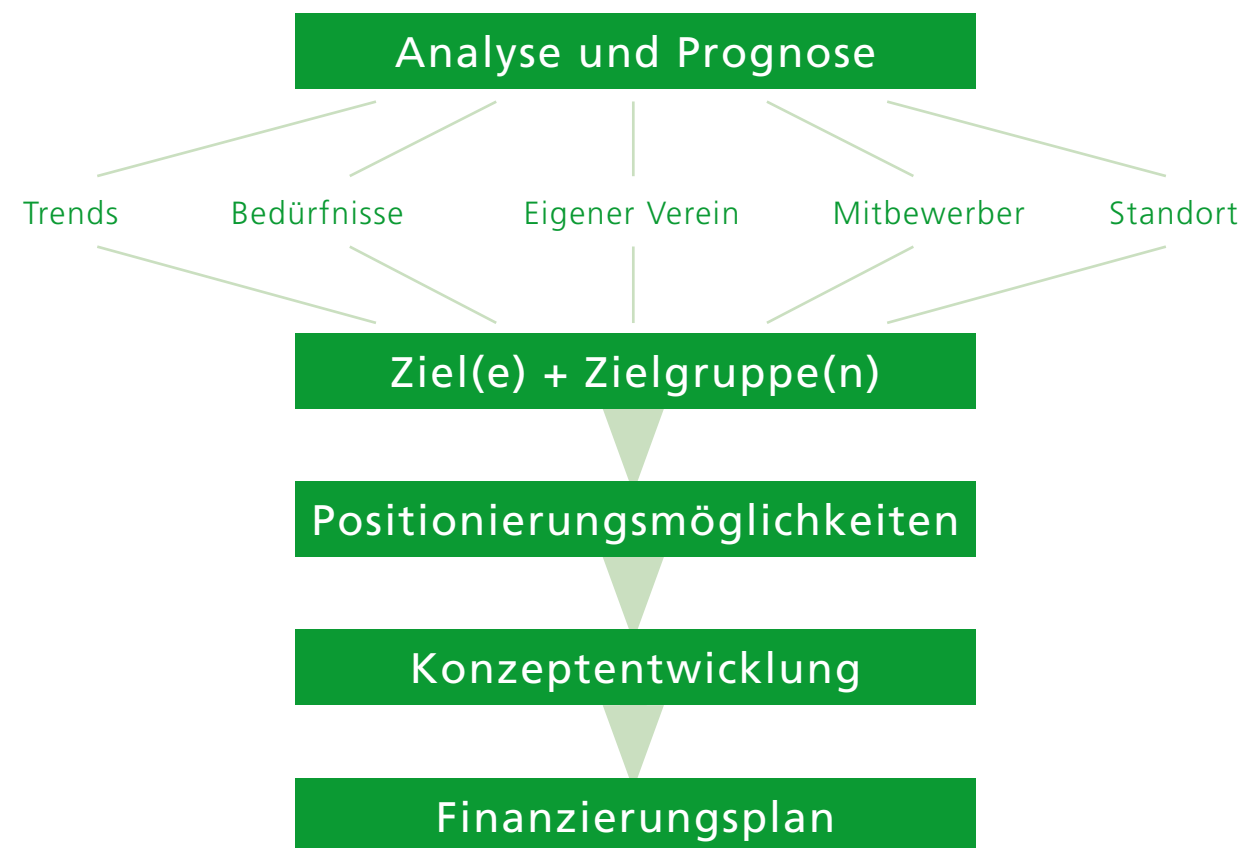


Abb. 5 Analyse und Prognose

# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

- | Wie hoch ist die Altersstruktur des Einzugsgebietes? Diese Daten wirken sich vor allem auf die konzeptionelle Ausrichtung der Angebote und der Ausstattung aus.
- | Wie hoch ist die Kaufkraft der Einwohner? Das statistische Jahrbuch der Bundesrepublik Deutschland gibt Auskunft über die örtliche Kaufkraft.
- | Welche besonderen, herausstechenden Merkmale hat das Gebiet vorzuweisen?
- | Welche relevanten Zielgruppen ergeben sich aus den Daten?
- | Wie ist die Lage zur Innenstadt?
- | Wie ist die allgemeine Mietsituation, der Mietpreis?
- | Wo befindet sich der Standort? (z. B. Stadtrandlage/ Gewerbegebiet)
- | Handelt es sich um ein belebtes oder unbelebtes Gebiet – wie ist das „Sicherheitsgefühl“?
- | Gibt es ausreichend Parkplatzmöglichkeiten und Fahrradständer in unmittelbarer Nähe?
- | Befindet sich der Verein in der Nähe bzw. ist das Gebäude in das bestehende Vereinsgebäude integriert?
- | Wie groß ist die Entfernung zu anderen Geschäften und Einrichtungen mit einer hohen Kundenfrequenz?

## 2. Sportangebot

- | Wie sieht das sportliche Verhalten der Einwohner aus? Besteht im Einzugsgebiet überhaupt Bedarf für ein Fitness-Studio?
- | Gibt es weitere Sportanbieter am Standort und welche Kurse werden von diesen für welche Zielgruppen angeboten? (VHS, kommerzielle Anbieter, Schulen, Vereine)
- | Welche Sportarten sind im Einzugsgebiet hauptsächlich vertreten?
- | Welche Sportstätten sind vorhanden und in welchem baulichen Zustand befinden sie sich?

## 3. Lage – Erreichbarkeit

Das Einzugsgebiet wird wie folgt definiert:

- | unmittelbares Einzugsgebiet: 5 bis 8 Minuten Fahrzeit mit dem Auto
- | mittelbares Einzugsgebiet: 8 bis 15 Minuten Fahrzeit
- | erweitertes Einzugsgebiet: ab 15 Minuten Fahrzeit
- | Gibt es eine Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel, bzw. wie ist die Erreichbarkeit mit dem Kfz?

## 4. Gebäudestruktur

- | Handelt es sich um ein bestehendes Gebäude oder um einen Neubau?
- | Sind Möglichkeiten für einen Umbau oder eine Erweiterung gegeben?
- | Ist um das Gebäude herum genügend Platz, um es durch zukünftige Projekte zu erweitern? (z. B. Außenanlage, Finnenbahn, Beachvolleyballfeld)

Um den idealen Standort zu finden, können bei der Standortanalyse neben den genannten Hauptfaktoren auch die jeweiligen Stärken und Schwächen des Standortes beschrieben werden. Sind alle Einflussfaktoren erfasst, müssen diese gewichtet und bewertet werden. Es lohnt sich, mehrere Standorte auszuwerten.

## 3.2 Positionierung

Bei der Ausrichtung des Studios sollten die aktuellen Entwicklungen und Trends in die Überlegungen einbezogen werden. Weiterhin ist zu klären, ob unter den Vereinsmitglieder und der Bevölkerung aus dem Einzugsgebiet ein entsprechendes Potential besteht. Sportverbände und branchenerfahrene Unternehmensberatungen können bei dieser Einschätzung behilflich sein. Das Ziel besteht darin, für seinen Standort und seine präferierte Kundengruppe das passende Konzept zu finden (vgl. Kap. 3.1.2).

- | Welche Zielgruppen sind besonders stark im Einzugsgebiet vertreten?
- | Sollen eine oder mehrere Zielgruppen angesprochen werden?
- | Welche Angebote sind im Zielgebiet unterrepräsentiert?
- | Welche Angebote fehlen unseren Vereinsmitgliedern? (Stichwort: Bindung)
- | Welche Angebote fehlen unserem Verein, um für neue Mitglieder interessant zu werden? (Stichwort: Neugewinnung)





# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

Die Ausrichtung bestimmt das Studiokonzept, die Geräteauswahl und weitere Einrichtungen. Dabei fließen auch immer aktuelle Trends mit ein.

Trends in der Fitnessbranche unterliegen einem schnellen Wandel. Kein Fitness-Studio kann ständig auf dem neuesten Stand sein, somit bleibt im Vorfeld nur die Möglichkeit, den langlebigsten Trend ausfindig zu machen und sich daran zu orientieren. Das Aufnehmen solcher Trendangebote ist auch von den jeweiligen Vorstellungen des Sportvereins abhängig.

In der bodyLIFE-Studie werden umfassende Informationen zu Trends und Flops im Fitnessmarkt durch Kunden- und Mitarbeiterbefragungen in Fitness-Studios ermittelt. Für das Jahr 2007 ließen sich folgende Trends erkennen, die nach wie vor sehr gefragt sind: Prävention und Gesundheit, demografischer Faktor, kürzere Trainingszeiten, Kooperationen z.B. mit Krankenkassen und Ärzten.

## Trend 1 – Prävention und Gesundheit

Der Anteil der Menschen an der Bevölkerung, der bereit ist, Geld für die Gesunderhaltung auszugeben, steigt stetig an. Neueste Analysen zeigen, dass der Trend in Richtung Gesundheitssport auch in den nächsten Jahren anhalten wird.

## Trend 2 – Demografischer Faktor

Die Zukunft liegt im Alter. Der Anteil der Älteren an der Gesamtbevölkerung nimmt weiter zu und ist auch immer stärker in den Fitness-Studios vertreten. Obwohl der durchschnittliche Studiobesucher mit 40 Jahren bereits mittleren Alters ist, sind vor allem die über 50-Jährigen zum Training zu ermutigen und zu umwerben.

## Trend 3 – Kürzere Trainingszeiten

Es werden künftig kürzere Trainingseinheiten gewünscht, was vor allem auf den Aspekt des Zeitmangels zurückgeführt werden kann.

## Trend 4 – Kooperationen

Es gibt immer mehr Unternehmen auf dem deutschen Markt, die im Fitness- und Gesundheitsbereich Fuß fassen wollen, z. B. Krankenkassen und Physiotherapieeinrichtungen. Hier bieten sich Möglichkeiten der Kooperation, von denen beide Seiten profitieren können (vgl. Kapitel 8.1).

Der Anspruch an gute und hohe Qualität wird immer höher. Deshalb ist es wichtig, dass sich der Verein bei der Positionierung Gedanken macht, ob er dem qualitativen Anspruch der Kundinnen und Kunden mit dem angestrebten Konzept gerecht werden kann. Es lohnt sich nicht, eine sehr breite Angebotspalette zu haben, wenn die qualitativen Leistungsansprüche nicht erfüllt werden.

Vor allem beim Start des Fitness-Studios ist es ratsam, sich auf die wesentlichen Angebote zu konzentrieren, hierfür ein gutes Qualitätsmanagement einzurichten und den Kundinnen und Kunden zu zeigen, dass optimale Betreuung und Qualität im Verein großgeschrieben werden. Darauf legen vor allem Ältere mehr Wert als auf einen günstigen Preis.

## Zielrichtung und Zielgruppen

Aktuelle Entwicklungen in der Fitnessbranche zeigen eine starke Aufgliederung hinsichtlich des Angebots. Zu den einfachen klassischen Fitness-Studios sind Spezialstudios (z. B. Frauenstudio), Fitnessketten, betriebliche und medizinische Einrichtungen hinzugekommen. Das heißt, auch der Verein muss sich Gedanken über die inhaltliche Ausrichtung machen. Alles für Alle anzubieten ist nicht nur schwierig, sondern auch wenig erfolgversprechend.

Die aktuellen Herausforderungen für die Vereine sind vor allem demografischer Natur (vgl. Kap. 1). Außerdem zeichnet sich in den Sportvereinen ein stärker werdender Mitgliederrückgang bei der Altersgruppe zwischen 27 und 40 Jahren ab.

Für den Bau eines vereinseigenen Fitness-Studios ergeben sich daraus zwei Zielrichtungen, die durchaus in einer Anlage verfolgt werden können:

### 1. Gesundheits- und Rehabilitationssport

Die Zielgruppe in diesem Segment bilden Menschen, die oft keine sportlichen Vorerfahrungen haben. Für sie wird gut ausgebildetes Personal, das qualitativ hochwertiges Training und Betreuung durchführen kann, benötigt, sowie Geräte, die auch kleine Gewichtseinstellungen zulassen und einfach zu handhaben sind. Zusätzlich ist ein

breites, gesundheitsorientiertes Kursangebot sinnvoll, welches gewisse Qualitätskriterien aufweist. Wünschenswert ist neben Kooperationen mit Krankenkassen und Ärzten auch eine Zusammenarbeit mit anderen Anbietern aus dem Gesundheitssektor (vgl. Kap. 8.1.1). Des Weiteren bietet sich eine Vernetzung mit bereits vorhandenen Angeboten des Vereins an.

### 2. Freizeit- und Fitnesssport

Diese Ausrichtung kann ebenfalls gesundheitsorientiert geprägt sein und schließt alle Sportinteressierten von Jung bis Alt ein. Kraftaufbau und Ausdauertraining auf einem bestimmten Leistungsniveau spielen hierbei eine wichtige Rolle, wodurch den Kraftgeräten eine größere Bedeutung zukommt. Ziel dieser Richtung ist es, Personen anzusprechen, deren Motivation es ist, etwas für die eigene Fitness und das Körperbild zu tun. Der Erhalt der Gesundheit kommt erst an zweiter Stelle.

Daraus ergibt sich:

- | **Sportvereine müssen neue Zielgruppen erschließen und integrieren.**
- | **Die Zukunft der Fitness-Studios liegt im Gesundheitsbereich.**
- | **Die Gruppen der über 50-Jährigen sowie der „Frauen“ haben eine wachsende Bedeutung.**
- | **Erforderlich ist eine Professionalisierung in allen Bereichen durch gesteigerte Qualität.**
- | **Erlebnis, Spaß und Erholung treten an die Stelle von Leistung und sportlichem Erfolg.**





# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

Folgende Zielgruppen sind für Sportvereine interessant:

## 1. Ältere

- | Die Ziele Gesundheit und Wohlbefinden stehen im Mittelpunkt / Wunsch nach Gesundheitskursen.
- | Optimale Betreuung und qualifiziertes Personal stehen an erster Stelle.
- | Das Trainerpersonal muss besonders geschult sein, da gesundheitliche Vorbelastungen möglich sind.
- | Es ist eine spezielle Geräteauswahl erforderlich: kleine Gewichte, dicke Polster, einfach handhabbare Geräte – wenn möglich mit großer, gut lesbarer Beschriftung für alle Einstellungen.
- | Geeignete Trainingsinhalte sind: Herz-Kreislauf-Training, Gymnastik- und Entspannungsübungen, Muskelaufbau, Sturzprävention, Wirbelsäulen- und Bandscheibenkurse, Beckenbodenkurse.
- | Ältere legen Wert auf ein schönes Ambiente, Kommunikation, Unterhaltung.
- | Ihre bevorzugten Trainingszeiten liegen am Vormittag und frühen Nachmittag.
- | Sie wollen nicht als Randgruppe unter Sportlern gesehen werden.

## 2. Frauen

- | Frauen wünschen ein allgemeines Fitnesstraining und Figurtraining im Kursbereich.
- | Krafttraining zum definierten Muskelaufbau hat für sie einen geringeren Stellenwert.
- | Sie haben einen starken Wunsch nach optimaler Betreuung und Wohlfühl-Atmosphäre.

## 3. Männer

- | Männer haben ein Interesse an gezieltem Muskelaufbau und Figurtraining.
- | Oft genanntes Ziel ist die Steigerung der Kraftleistungsfähigkeit.
- | Auch die Steigerung der allgemeinen Fitness ist ein Trainingsziel.
- | Ergänzungstraining für andere Sportarten.

Tipp:

Für Eltern sollte eine Kinderbetreuung angeboten werden.

## Informationen:

Informationen zur Analyse der Situation von Sportvereinen sind zu finden im:

- | Sportentwicklungsbericht im Downloadbereich auf der Internetseite des Deutschen Olympischen Sportbundes (<http://www.dosb.de/de/service/download-center/sportentwicklung/sport-und-strukturentwicklung/>)
- | Sportvereine im Wandel – von Siegfried Nagel, erschienen 2006 im Hofmann Verlag

Branchenzeitschriften und Fachliteratur :

- | Zeitschrift bodyLIFE ([www.bodylife.com](http://www.bodylife.com)) – Informationen zu Zielgruppen, Bedürfnisanalysen, Trendanalysen
- | Praxishandbuch: Management für Fitness- und Freizeitanlagen – von Patrick Schlenz und Ingo Maisenbacher, erschienen 2007 im Health and Beauty Verlag
- | Fitness-Tribune ([www.fitnesstribune.com](http://www.fitnesstribune.com))

## 3. Besondere Zielgruppen

In den letzten Jahren hat man versucht, so vielen Menschen wie möglich das Training im Fitness-Studio zu ermöglichen. Dies macht spezielle Angebote mit besonderen Anforderungen an Geräte, Training und Personal nötig.

- | Kinder- und Jugendliche: Es gibt bereits speziell für Kinder entwickelte Geräte und Trainingskonzepte.
- | Firmenangehörige: Gibt es in der Umgebung des Vereins größere Firmen oder Konzerne? Wenn ja, bieten sich spezielle Trainingseinheiten für Geschäftsleute an, vorzugsweise in den Abendstunden.
- | Risikogruppen: Hierzu zählen u.a. Diabetiker, Personen mit Herz-Kreislauf-Erkrankungen oder Adipositas, körperlich beeinträchtigte Menschen.

### 3.3 Inhaltliche Konzeption

Nach der Bestimmung der Zielgruppe geht es im nächsten Schritt darum, ein Konzept entsprechend der Zielgruppe zu erstellen.

#### 3.3.1 Angebotspalette

Es gibt verschiedene Trainingsangebote in Fitness-Studios aus denen ausgewählte, qualitativ hochwertige Schwerpunkte gesetzt werden sollen.

Folgende Angebote stehen in der Regel zur Auswahl:

- | Krafttraining mit Freihanteln (Freihantelbereich)
- | Gerätetraining (cardio- oder kraftorientiert)
- | Fitness- und Gymnastikkurse (Koordinations-training, Gesundheitskurse, Schwangerschafts- und Rückbildungsgymnastik, Firmenfitness usw.)
- | Wellnessangebote



- | Personal Training
- | Kinderbetreuung

Die Standardangebote sind das Gerätetraining und das Kurstraining mit Fitness- und Gymnastikkursen. Wellnessangebote mit Entspannungsanteilen werden immer mehr nachgefragt, deshalb gehören diese in den meisten Fitness-Studios ebenfalls zum Standardtarif.

Diese drei Bereiche sollten auf jeden Fall angeboten werden, wenn nicht die Absicht besteht, ein reines Einsparten-Fitness-Studio zu eröffnen. Einsparten-Fitness-Studios sind Studios, die sich beispielsweise nur auf Cardiotraining oder auf die Zielgruppe Frauen beschränken. Allerdings spezialisieren sich vereinseigene Fitness-Studio in den seltensten Fällen, da möglichst alle Vereinsmitglieder angesprochen werden sollen.

# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 1. Geräte- und Freihanteltraining

Unter Gerätetraining wird das Training an Cardio- und Kraftgeräten verstanden, entweder als Training an den einzelnen Geräten oder als Zirkeltraining.

Freihanteltraining wird zumeist von jungen bzw. schon länger trainierenden Personen praktiziert, da ein Training mit freien Gewichten Erfahrung und Koordination voraussetzt. Durch die hohe Funktionalität ist diese Trainingsart dennoch auch sehr gut für ältere Studiobesucher geeignet. Da die Bewegungen hier nicht wie an Maschinen geführt werden, ist die Fehlerquote bei falschen Ausführungen jedoch hoch. Allerdings haben die Aktiven sehr viele Variationsmöglichkeiten und erhalten damit ein attraktives, ganzheitliches Muskeltraining.

## 2. Fitness- und Gymnastikkurse

Im Kursbereich können über unterschiedliche Angebote die verschiedensten Zielgruppen angesprochen werden. Diese Angebote können entweder in Kursform abge-

halten werden, d. h. als ein abgeschlossener Kurs, der über eine bestimmte Anzahl an Wochen läuft, oder in Form eines Dauerangebots, welches das ganze Jahr über stattfindet.

Bei der Kursauswahl ist zu berücksichtigen, dass zahlreiche Kurskonzepte im Fitnessbereich markenrechtlich geschützt sind und somit Lizenzgebühren anfallen. Zu allen Angeboten gibt es allerdings lizenzfreie Alternativen. Zum Beispiel ist Spinning® ein markenrechtliches geschütztes Konzept. Wenn dies angeboten wird, ohne Lizenzgebühren entrichten zu müssen, muss das Angebot einen anderen Namen bekommen, z. B. Indoor-Cycling.

Darüber hinaus gibt es ein Interesse an kürzeren Kurseinheiten unterhalb der 60- oder 45-Minuten-Einheit. Dies sollte ebenfalls berücksichtigt werden.

Die Angebote können inhaltlich aus verschiedenen Bereichen wie z. B. Group Fitness oder gesundheitsorientierten Kursen gewählt werden.

Folgende Angebote erfreuen sich in der Mehrzahl der Fitness-Studios großer Beliebtheit:

- | Bauch-Beine-Po
- | BodyStyling
- | Step-Aerobic/Aerobic
- | Yoga
- | Osteoporosegymnastik
- | Beckenbodengymnastik
- | Aquagymnastik/-jogging
- | Entspannungsangebote, Balancekurse
- | Fit-Mix/Fitnessgymnastik
- | Langhanteltraining
- | Dance/Hip-Hop
- | Indoor-Cycling
- | Rücken-/Wirbelsäulengymnastik
- | Herzsportgruppe
- | Nordic Walking
- | Gefäßsport
- | Lungensport

Beliebte Angebote sollten mehrfach in der Woche angeboten werden, eine Differenzierung in Anfänger und Fortgeschrittene oder auch in Zielgruppen ist sinnvoll. Eine Überfüllung der Kurse ist zu vermeiden, sodass die Kursleitung auch individuell auf einzelne Personen eingehen kann.

## 3. Wellnessangebote

Zu den gängigen Wellnessangeboten gehören Sauna, Dampfbad und Solarium. Wenn ein Verein einen Wellnessbereich plant, ist es wichtig, darauf zu achten, dass es hierfür separate Räumlichkeiten gibt, in denen sich die Mitglieder entspannen und wohlfühlen können. Ein zusätzliches Angebot stellt die Massage dar. Dazu kann eine Kooperation mit einem Massagestudio eingegangen werden.

## 4. Personal Training

Hier besteht eine Eins-zu-Eins-Betreuung zwischen Trainerin bzw. Trainer und Kundin bzw. Kunde. Die Kundin bzw. der Kunde verlangt dabei eine hohe Trainingsqualität sowie Kompetenz, Variations- und Kommunikationsbereitschaft. Vorteilhaft ist, dass sich die Trainerin, der Trainer nur auf eine Person konzentrieren muss. Fehler und Beschwerden können dadurch sofort erkannt und beseitigt werden.

Kundinnen und Kunden, die ein Personal Training in Anspruch nehmen, möchten ihren Zielen entsprechend trainieren und diese in kurzer Zeit erreichen. Gern genutzt wird dieses Training auch von älteren Menschen oder Frauen jeglichen Alters, die sich hiervon eine höhere Trainingsqualität und stärkere Trainingseffekte erhoffen. Personal Training kann eine zusätzliche Einnahmequelle sein, sowohl für das Studio als auch für das betreuende Trainerpersonal. In der Regel entrichten die Kundinnen und Kunden dafür Extragebühren, die dann anteilig an die Trainerin oder den Trainer weitergereicht werden. Eine entsprechend hohe Qualifikation ist hierfür Voraussetzung.

Bei dieser Form der Kundenbetreuung müssen unterschiedliche Verrechnungsarten und Versteuerungen berücksichtigt werden.

## 5. Kinderbetreuung

Die Kinderbetreuung ist ein besonderer Service für die Mitglieder und wird mittlerweile auch erwartet. Eine Umfrage von Fitness First (früher Fitness Company) unter 500 Müttern hat ergeben, dass zwei Drittel der Befragten eine Kinderbetreuung für sehr wichtig erachten. In den meisten Fitness-Studios gehört diese Leistung bereits zum Standard und ist im Mitgliedsbeitrag einkalkuliert. Manche Studios verlangen aber auch eine kleine



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

Gebühr von ein bis zwei Euro pro Betreuungstermin. Zumeist reicht ein kleiner Raum aus, der mit Spielsachen und Kindermöbeln ausgestattet ist.

Eine kompetente Betreuungsperson, die sich ausschließlich den Kindern widmet, darf nicht fehlen. Die Mütter und Väter müssen sich auf eine liebevolle und professionelle Betreuung der Kinder verlassen können.

Informationen:

| u.a. Sicherheitshinweise für die Ausstattung der Kinderbetreuung unter: [www.wehrfritz.de](http://www.wehrfritz.de)

Um den Verein abzusichern, müssen die Eltern eine Vereinbarung/einen Infobrief unterschreiben. In diesem Brief wird über die Spielregeln im Kinderzimmer sowie die Betreuungszeit aufgeklärt und die Essgewohnheiten (Süßigkeiten ja/nein), vorhandene Krankheiten, erlaubte Spielsachen usw. abgefragt.

Bezüglich der Öffnungszeiten für die Kinderbetreuung lassen sich keine generellen Aussagen treffen. Als bewährte Zeiträume gelten die Vormittage bis 12 Uhr, sowie nachmittags zwischen 16 und 19 Uhr und die Wochenenden. Die Öffnungszeiten sollten am besten zeitlich parallel zu den Kursen, die bei den weiblichen Mitgliedern beliebt sind, gelegt werden. Grundsätzlich ist festzulegen, welche Altersgruppen in die Kinderbetreuung aufgenommen werden.

## 6. Sonstige Trainingsangebote

Weitere Angebote sind gesundheitsorientiertes Training, Training für Sondergruppen sowie Firmenfitness. Diese Angebote sind in Abhängigkeit von der gewähl-

ten Zielgruppe zu sehen und daher nicht für jeden interessant. Anhand der Trends aus Kapitel 3.2 lässt sich erkennen, dass hier ein großes Potential verborgen liegt. Wenn solche Angebote mit in das Spektrum aufgenommen werden, muss bereits bei der Standortanalyse geklärt sein, ob diese Zielgruppen im Umfeld des Studios angesiedelt sind. Des Weiteren ist es wichtig, dass entsprechend dafür Werbung gemacht und mit möglichen Partnern (z. B. Firmen) direkt Kontakt aufgenommen wird.

Informationen:

| Zeitschriften: bodyLIFE, Fit for Fun

| Gespräche mit anderen Fitnessstudio-betreibern und Vereinen

| Marktanalysen, erhältlich beim DSSV

## 3.3.2 Trainingskonzeption

Trainingskonzepte beziehen sich in der Regel auf den Gerätebereich. Bezüglich der Inhalte des Konzeptes unterscheidet man generell zwischen dem Training der Muskulatur im Kraft-, Haltungs- und Koordinationsbereich sowie dem Herz-Kreislauf-Training.

Trainingskonzepte sind Maßnahmen, die dem Mitglied im Rahmen seines Trainings angeboten werden, um seine Ziele zu erreichen. Das Trainingskonzept einer Einrichtung ist in der Regel einheitlich, sollte jedoch individuell auf die Bedürfnisse des Studiomitglieds angepasst werden können. Grundlage für die Erstellung eines Trainingskonzepts sind die Ziele und Wünsche des Mitglieds sowie Ergebnisse aus dem empfohlenen Eingangstest. Damit alle Trainerinnen und Trainer gegenüber dem Mitglied einheitlich auftreten und die gleiche

Betreuungsleistung erbringen können, empfiehlt sich die Erstellung eines Trainerhandbuchs/-leitfadens, in dem alle relevanten Informationen für die Trainerinnen bzw. Trainer und ihre Arbeit zusammengefasst sind.

Kommerzielle Studios leiden meist unter hohen Kündigungsquoten von 30 bis 60 Prozent pro Jahr. Ein wesentlicher Faktor dafür stellt das unbefriedigende Trainings- und Betreuungskonzept dar. Ein auf häufige Kontakte und Feedback ausgerichtetes Konzept und damit eine gute Betreuung führen zu einer stärkeren Mitgliederbindung mit geringeren Kündigungsquoten.

- Bei der Trainingskonzeption spielen folgende Punkte eine Rolle:
- | Inhalte des Trainingskonzepts
  - | Probetraining und Eingangstests
  - | unterschiedliche Konzepte für verschiedene Zielgruppen
  - | Betreuungsmodelle
  - | Trainingsplanerstellung und -kontrolle
  - | Feedback-Gespräche

Das Betreuungskonzept ist ein Schlüsselement im gesamten Studiokonzept. Es beeinflusst direkt die Strategien im Bereich Qualität und sämtliche Zielgruppenansprache.

Eingangstests und Probetraining gibt es in jedem guten Fitness-Studio. Nur anhand dieser Tests kann festgestellt werden, wie weit man die Kundin, den Kunden belasten kann und wo die individuellen Leistungsgrenzen liegen. Gängig hierbei sind Kraft-, Ausdauer- und Beweglichkeitstests. Anhand der Testergebnisse kann ein individueller Trainingsplan erstellt werden. Dieser besteht aus einer Aufwärmphase, dem Hauptteil und der Abwärmphase.

Mit Betreuungsmodellen ist nicht nur die Entscheidung, Trainingsangebote für einzelne Personen oder für Gruppen oder für beide anzubieten, gemeint, sondern auch



wie die Mitglieder in den gewählten Angeboten betreut werden.

Regelmäßige Feedbacktermine und Re-Testungen schließen sich an, um den Trainingsfortschritt und die Zufriedenheit sicherzustellen. Dabei wird das Mitglied nach Problemen gefragt, ob gewisse Übungen und Gewichte zu leicht bzw. zu schwer sind und welche Änderungen gewünscht werden.

Bei der Planung des Fitness-Studios können Informationen bei Ausbildungsstätten bezüglich möglicher Trainingskonzepte eingeholt werden bzw. die sportliche Leitung und das qualifizierte Übungspersonal Vorschläge machen und so ihre Erfahrungen mit einbringen.



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb



Abb. 8 Beispiel Mitgliederbetreuung im Gerätebereich

### 3.3.3 Preiskalkulation

Der Mitgliedsbeitrag ergibt sich aus der Aufstellung der regelmäßigen Ausgaben und Kosten. Deshalb können hier keine allgemein gültigen Beitragsvorschläge gemacht werden.

Bei der kostenorientierten Preisbildung wird die Preisuntergrenze ermittelt. Dahinter steckt die Frage, was die Mitgliedschaft kosten muss, damit keine Verluste entstehen. Hierzu müssen die variablen und die fixen Kosten errechnet werden.

Diese Berechnungen sollten im Vorfeld von einer Finanzberaterin bzw. einem Finanzberater durchgeführt werden. Wenn der Deckungsbeitrag ermittelt wurde, gilt es zu überprüfen, ob er marktgerecht ist und somit zu einer Nachfrage führen kann.

Folgende Punkte gilt es, bei der Planung zu berücksichtigen:

- ! **kostenloses Probetraining**
- ! **einmalige Kosten für Beratung, Eingangstests und Trainingsplanerstellung:** In der Branche ist ein sogenanntes Fitness-Startpaket üblich. Hierfür wird ein Einmalbetrag erhoben, mit dem alle anfänglichen Leistungen (Testungen, Trainingsplan, Einweisungen, Mitgliedsausweis, Verwaltung etc.) bezahlt werden; auch einige vereinseigene Studios bieten ein solches Paket an.
- ! **Abstufung in Wochen-, Monats- und Jahrestarif**

Bezüglich der Preisgestaltung muss sich jeder Verein für sein passendes Modell entscheiden (Preisabstufung nach Angebotsinhalt, nach Tageszeit, Alter usw.). Die Preisgestaltung muss einfach und vor allem übersichtlich sein, um einen hohen Verwaltungsaufwand zu vermeiden. Vereinseigene Fitness-Studios sind in der Regel günstiger als kommerzielle Einrichtungen. Die Kombination aus

mindestens gleicher Qualität und günstigerem Preis ist dabei ein großer Wettbewerbsvorteil.

Informationen:

Ratgeber zur Preiskalkulation:

- ! **Selbständig in der Fitnesswirtschaft – Ratgeber für Existenzgründer** - von Fadda, Giovanni; Kamberovic, Refit; Meyer, Marco erschienen 2007 im SSV Sportstudio Verlag (Hamburg)

### 3.3.4 Öffnungszeiten

Die Öffnungszeiten sind abhängig von der Frequenzierung und von der Zielgruppe, die zahlenmäßig am stärksten vertreten ist. Im Durchschnitt haben die Fitness-Studios in Sportvereinen etwa 67–75 Stunden pro Woche geöffnet. Der Trend geht in Richtung längerer Öffnungszeiten in den Abendstunden und an den Wochenenden. Eine regelmäßige Kundenbefragung einmal im Jahr kann weiteren Aufschluss geben.

Folgendes ist zu beachten:

- ! **Seniorinnen, Senioren und zum Teil auch Berufstätige** kommen eher in den Morgenstunden ins Fitness-Studio – es empfiehlt sich an zwei bis drei Tagen ab 7 Uhr zu öffnen, ansonsten ab 8.30 bzw. 9.00 Uhr.
- ! **Berufstätige und Jugendliche** kommen am späten Nachmittag und in den Abendstunden.
- ! **Eine Pause über die Mittagszeit von 12 Uhr bis 15 Uhr** empfiehlt sich nur bei kleineren Studios.
- ! **Eine Öffnung am Wochenende ist auf jeden Fall sinnvoll.** Gängige Zeiten sind hier samstags und sonntags von 10 Uhr bis 18 Uhr.



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb



4 | Räumliche Planung



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 4. Räumliche Planung

Ein weiterer Schritt in der Gesamtplanung ist die räumliche Planung der Anlage. Vorweg soll noch auf die Frage Neubau oder Umbau eines bestehenden Gebäudes eingegangen werden. Zwei entscheidende Faktoren zur Beantwortung dieser Frage sind die Kosten und die Angebotsstruktur bzw. das Studiokonzept. Aus Gesprächen mit dem Führungspersonal von Sportvereinen, die das Projekt Vereinsfitnessstudio erfolgreich umgesetzt haben, geht hervor, dass die Mehrheit von vornherein über einen kompletten Neubau nachgedacht und diesen dann auch realisiert hat. Argumente dafür liegen in der

hohen Flexibilität und Baufreiheit. Das Gebäude kann nach eigenen Wünschen geplant, konstruiert und genau auf das inhaltliche Konzept abgestimmt werden. Hinzu kommt der Vorteil, dass technische Neuerungen in Bezug auf Bauphysik und Umweltfreundlichkeit leichter eingeplant und umgesetzt werden können. Ein bestehendes Gebäude zu finden, welches genau den Erwartungen entspricht, ist selten möglich. Ein Umbau oder eine Erweiterung einer bereits vorhandenen Immobilie verursacht aber zumeist ähnliche Kosten wie ein Neubau. Eine Unterteilung des Baus in verschiedene Bauabschnitte lohnt sich, wenn aus finanziellen Gründen nicht genügend Kapital auf einmal für den gesamten Bau zur Verfügung steht.

Die Hinzuziehung einer Architektin bzw. eines Architekten, die bzw. der in der Sportbranche tätig ist und bereits ähnliche Bauprojekte durchgeführt hat, ist ratsam. Sie kennen zudem die neuesten architektonischen Trends in diesem Bereich. Hilfreich ist es auch, fertige oder im Bau befindliche Projekte zu besichtigen, um erste Eindrücke und Ideen zu gewinnen. Bei den Sportverbänden können Informationen eingeholt werden, welche Vereine bereits gebaut bzw. ein ähnliches Projekt realisiert haben.

Die Bauaufsicht sollte zum einen durch ein am Projektplan beteiligtes Vereinsmitglied erfolgen, zum anderen durch eine erfahrene externe Person, in der Regel die Architektin bzw. den Architekten oder die Bauleiterin bzw. den Bauleiter.

Die räumliche Planung ist vom inhaltlichen Konzept und der Größe des Einzugsgebietes abhängig. Die Herausforderung besteht darin, so zu planen, dass flexibel auf Veränderungen des Marktes reagiert werden kann und notfalls Raum für Erweiterungen besteht. Auch in diesem Punkt empfiehlt es sich, im Vorfeld einige bestehende Fitness-Studios anzuschauen.

## 4.1 Flächenverteilung

Studien zeigen, dass vereinseigene Fitness-Studios durchschnittlich ca. 800 m<sup>2</sup>, kommerzielle Anbieter hingegen ca. 1.300 m<sup>2</sup> Raum zur Verfügung haben. Die Aufteilung der Fläche orientiert sich am inhaltlichen Konzept. Daher muss feststehen, welche Funktionsbereiche für die Umsetzung des inhaltlichen Konzeptes benötigt werden, bevor die zur Verfügung stehenden Flächen in die einzelnen Bereiche aufgeteilt werden.

Dabei kann unterschieden werden in:

- | Trainingsfläche für Cardio, Kraft, Freihantel, Zirkeltraining, Bodenfläche Gymnastik
- | Testraum, Beratungsraum, Seminarraum
- | Kursbereich (mit Materialraum, der je nach Angebotsspektrum großzügig bemessen sein muss, z. B. für Indoor-Cycling-Räder)
- | sanitäre Anlagen
- | Wellnessbereich inkl. Umkleiden
- | Empfangsbereich, Theke und Bistro
- | sonstige Räume (Büroraum, Notfallzimmer, Sozialraum, Haustechnik)
- | bei Bedarf Raum für Kinderbetreuung

Für die Größe der einzelnen Flächen gibt es Richtwerte zur groben Orientierung. Der Trainingsbereich (mit Gymnastikraum) umfasst ca. 60 Prozent der Studiofläche.

Eine einzelne Trainingsstation im Gerätebereich benötigt ca. vier bis fünf Quadratmeter Fläche. So beanspruchen 16 Geräte mindestens 64 Quadratmeter Fläche. Ein weiterer Richtwert ist die Fläche pro Trainierendem: Optimal wäre ein Quadratmeter Fläche. Dies ist aber in den wenigsten kommerziellen Studios der Fall. Man rechnet eher mit 0,80 Mitgliedern auf einen Quadratmeter (Schlenz & Maisenbacher 2005).

Des Weiteren ist auf folgende Komponenten bei der

Raumaufteilung zu achten:

- | Platzierung der Geräte, Anordnung und Freiräume
- | Einhaltung der Fluchtwege, Vorhandensein von Zirkulationswegen
- | Übersichtlichkeit
- | Gestaltung und Konzeptvarianten

Der Zugang zu allen Geräten sollte ungehindert möglich sein. Werden die Geräte benutzt, dürfen daneben stehende oder vorbeilaufende Personen nicht gefährdet und die Trainierenden nicht behindert werden.

Die Positionierung der Geräte wird nach Muskelgruppen sowie Trainingskonzept ausgerichtet. Der Cardibereich ist dabei von den Kraftgeräten abzugrenzen.

Ein Trainingszirkel kann entweder abgesondert von den übrigen Geräten gruppiert werden oder in der Mitte des Raumes stehen. Hier sollte darauf geachtet werden, dass genügend Platz zum Gerätewechsel gegeben ist, da die trainierenden Personen gleichzeitig die Geräte wechseln.

Der Anteil der Laufwege an der Gesamtfläche beträgt zwei bis drei Prozent. Die wichtigsten Räumlichkeiten sollten von allen Seiten gut und schnell erreichbar sein. Viele Studios haben eine offene Trainingsfläche, die sowohl von den Umkleidekabinen als auch von der Theke und den Verbindungsgängen erreichbar ist.

Informationen:

Informationen zur Flächenverteilung:

- | Anfrage bei Sportgeräteherstellern (s. Infokasten S. 39)
- | Praxishandbuch: Management für Fitness- und Freizeitanlagen – von Patrick Schlenz und Ingo Maisenbacher, erschienen 2007 im Health and Beauty Verlag (Karlsruhe).



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 4.2 Einrichtung

Die Einrichtung der Räumlichkeiten orientiert sich an der Positionierung auf dem Markt, der Zielgruppe, der Studiogröße und der Finanzlage. Saubere Räume und eine solide Ausstattung werden von den Mitgliedern als Grundstandard erwartet.

Im Folgenden werden allgemeine Einrichtungskriterien dargestellt, die durch individuelle Ideen ergänzt werden können.

### 4.2.1 Trainingsfläche

Der Markt der Gerätehersteller und Anbieter ist sehr groß. Es ist sinnvoll, zunächst ein Anforderungsprofil für den eigenen Gerätepark zu erstellen und nach diesen Kriterien die Geräte auszuwählen. Bei der Auswahl empfiehlt es sich, Referenzadressen einzuholen und die entsprechenden Fitness-Studios zu besuchen.

Unter [www.sportprofitfitness.de](http://www.sportprofitfitness.de) finden Sie alle bisher zertifizierten SPORT PRO FITNESS Studios. Nähere Informationen zum Qualitätssiegel SPORT PRO FITNESS finden Sie im Kapitel 9. Kataloge und Prospekte können bei den Herstellern direkt angefordert werden. Des Weiteren gibt es in der Zeitschrift bodyLife in regelmäßigen Abständen Marktanalysen zu Kraft- und Cardiogeräten sowie Informationen zu Neuentwicklungen und Trends.

Ein Besuch der Fitness- und Bodybuilding-Messe (FIBO), die jedes Jahr stattfindet, ist zu empfehlen. Sinnvoll ist es zudem, in anderen Studios zu erfragen, welche Geräte im Einsatz sind und wie die Zufriedenheit bei den Kundinnen und Kunden mit diesen Geräten ist.

Folgende Kriterien sollten bei der Geräteauswahl berücksichtigt werden:

- | komfortable Einstellungsmöglichkeiten (schnelle und einfache Verstellbarkeit)
- | Biomechanik (Übereinstimmung von Drehpunkten und Achsen mit der Bewegung)
- | Komfort (z. B. Polsterrollen an neuralgischen Stellen)
- | Funktionalität
- | Nutzungsvielfalt
- | Gerätegröße
- | Qualität und Verarbeitung der Einzelteile
- | regelmäßiger Service und Wartung (sollte im Vorfeld mit dem Hersteller geklärt und schriftlich fixiert werden)
- | Design
- | Feindosierung von Widerständen und Gewichten
- | Kompatibilität der Trainingssoftware mit den Geräten
- | Sicherheitsstandards (GS, TÜV)



Bei der Geräteauswahl ist zu beachten, dass jede Muskelgruppe mindestens durch ein Gerät abgedeckt ist, um ein ausreichendes Ganzkörpertraining zu garantieren. Von Geräten, die sehr häufig und gerne in Anspruch genommen werden, beispielsweise Butterfly, Beinpresse oder Multipresse, ist es ratsam mehrere anzuschaffen.

#### 1. Kraftgeräte für die unteren Extremitäten:

- | Beinstrecker
- | Beinbeuger
- | Beinpresse
- | Adduktorenmaschine
- | Abduktorenmaschine
- | Hüftstreckermaschine/Gesäßtrainer

#### 2. Kraftgeräte für die oberen Extremitäten und den Rumpf:

- | Rückenstreckmaschine (Rückenextension)
- | Bauchmaschine
- | Rudermaschine
- | Latzug
- | Butterfly
- | Butterfly Reverse
- | Brustpresse
- | Multipresse
- | Schultermaschine
- | Bankdrücken
- | Freihanteltraining sowie Langhanteltraining mit Bänken oder frei
- | Seilzug/Kabelzug mit einzelnen Griffen und Stangen – Erweiterung zum Kabelzugduplex



#### 3. Cardiogeräte

- | Fahrradergometer(sitzend/liegend)
- | Laufband
- | Crosstrainer
- | Ruderergometer
- | Oberkörperergometer (z. B. für Beinverletzte oder Rollstuhlfahrer sehr wichtig)
- | Fahrräder für Indoor Cycling (Kursbereich)

Es empfiehlt sich, für die Eingangstestung separate Testergometer zur Verfügung zu haben. Alle Cardiogeräte sollten mit der Funktion der Herzfrequenzmessung ausgestattet sein. Wichtig sind hierbei auch Pulsmessgeräte sowie die Möglichkeit, diese vor Ort hygienisch zu reinigen.

Neben den Kraft- und Cardiogeräten gibt es noch weitere Geräte, deren Anschaffung aber vom Studioschwerpunkt abhängig ist:

- | kleine Geräte wie Gymnastikmatten, Latex-Bänder, Pezzibälle, Schwingstab usw.
- | besondere Geräte (z. B. Vibrationstrainer oder Posturomed)



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## Trainingssoftware

Zur Trainingsdokumentation kann eine Trainingssoftware verwendet werden. Dabei gibt es sowohl Programme zur Erstellung und Dokumentation des Trainings als auch chipkartengesteuerte Systeme, die direkt mit den Geräten kommunizieren.

Es kann ein geräte- und herstellerunabhängiges System installiert werden, oder die Entscheidung fällt auf einen Hersteller, dessen Geräte mit einem eigenen System ausgestattet sind.

Die Systeme ermöglichen vor allem einen verminderten Betreuungsaufwand. Zudem garantiert ein solches System eine umfangreiche und vollständige Trainingsdokumentation. Mithilfe der Software können Trainingsprogramme und Trainingspläne erstellt werden. Die Kosten für solche Systeme sind relativ hoch, sodass jeder Verein genau prüfen muss, ob sich eine Anschaffung lohnt. Letztendlich ist der Faktor Mensch und nicht die Technik ausschlaggebend für eine gute Qualität und Mitgliederbindung.

## 4. Gerätezirkel

Gerätezirkel erfreuen sich großer Beliebtheit. Hierbei handelt es sich um mehrere Geräte, die kreisförmig im Raum aufgestellt sind und nacheinander durchlaufen werden. Die Vorteile: Gerätezirkel sind zeit- und platzsparend, es können mehrere Personen gleichzeitig trainieren. Sie werden dabei von nur einer Trainerin, einem Trainer betreut; d. h. der Personalaufwand reduziert sich. Durch unterschiedliche Konzepte, Geräteanzahl und Software können Gerätezirkel verschiedene Zielgruppen ansprechen.

Vor allem spezielle Zielgruppen wie Übergewichtige, Ältere oder Einsteiger können bei einem Zirkeltraining effektiv betreut werden. Die Anzahl der Geräte variiert zwischen acht und sechzehn Geräten, die zwischen 25 und 50 Quadratmeter Platz benötigen. Mittlerweile bieten alle bekannten Gerätehersteller auch Gerätezirkel an. Nicht jeder Gerätezirkel ist für jede Zielgruppe geeignet, eine ausgiebige Recherche im Vorfeld ist notwendig.



## 4.2.2 Kursbereich

Die Kurse finden in der Regel in einem abgegrenzten Gymnastikraum statt. Dieser Bereich sollte von außen nicht ohne Weiteres einsehbar sein, damit sich die Kursteilnehmerinnen und -teilnehmer nicht beobachtet fühlen. Der Kursbereich nimmt mindestens zehn Prozent der Studiogesamtfläche ein. Vorteilhaft ist ein zweiter Kursraum, der ca. fünf Prozent der Gesamtfläche einnimmt und in dem beispielsweise Indoor-Cycling-Kurse stattfinden können.

Allgemein sollte ein Kursbereich folgende Ausstattung haben:

- | Schwingboden
- | Spiegelwände
- | Audioanlage mit Verstärker, Boxen und Geschwindigkeitsregler
- | Funkmikrofon
- | Geräte für die Kurse
- | Stauraum für Geräte

### Informationen:

#### Auswahl an Kraft- und Cardiogerätehersteller:

1. Concept II Ruderergometer Handelsgesellschaft mbH  
Tel: 040/41 92 83 9-0 | Fax: 040/41 92 83 9-90  
E-Mail: info@concept2.de  
Internet: www.concept2.de
2. Cybex  
LMT Deutschland AG  
Tel.: 07142/99 38 6-0 | Fax: 07142/99 38 6-10  
E-Mail: info@lmt.eu  
Internet: www.lmt.eu

3. Cytech GmbH  
Tel: 0911/54 44 45 0  
E-Mail: info@tomahawk.de  
Internet: www.tomahawk.de
4. Dr. Wolff Sports & Prävention GmbH  
Tel: 02932/83 78 3 | Fax: 02932/82 22 6  
E-Mail: dr.wolff@dr.wolff.de  
Internet: www.dr-wolff.de
5. Dynavit GmbH  
Tel: 0631/35 10 03 0 | Fax: 0631/35 10 05 8  
E-Mail: info@dynavit.de  
Internet: www.dynavit.de
6. Ergo-Fit GmbH & Co. KG  
Tel: 06331/24 61 0 | Fax: 06331/24 61 55  
E-Mail: info@ergo-fit.de  
Internet: www.ergo-fit.de
7. Frei AG Aktive Reha-Systeme  
Tel: 07661/93 36 0 | Fax: 07661/93 36 50  
E-Mail: info@frei-ag.de  
Internet: www.frei-ag.de
8. Gym 80 International Vertriebsgesellschaft mbH  
Tel: 0209/97 06 40 | Fax: 0209/97 06 44 1  
E-Mail: info@gym80.de  
Internet: www.gym80.de
9. H-P-Cosmos Sports & Medical GmbH  
Tel: 0180/51 67 66 7 | Fax: 0180/51 67 66 9  
E-Mail: sales@h-p-cosmos.com  
Internet: www.h-p-cosmos.com
10. Life Fitness Europe GmbH  
Tel: 089/31 77 51 0 | Fax: 089/31 77 51 99  
E-Mail: kundenberatung@lifefitness.com  
Internet: www.lifefitness.com



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

11. miha maschinen GmbH  
Tel: 08293/70 66 | Fax: 08293/70 68  
E-Mail: mihamaschinen@csi.com  
Internet: www.miha-fitness.de
12. MKB-System Manfred Keller  
Tel: 07343/92 14 09 | Fax: 07343/92 14 10  
E-Mail: infocenter-mkb-system@t-online.de  
Internet: www.mkb-system.de
13. Move to Live Deutschland GmbH  
Tel: 02203/20 20 0 | Fax: 02203/20 20 45 45  
E-Mail: info@movetolive.de  
Internet: www.movetolive.de
14. Amer Sports Deutschland GmbH (Precor)  
Tel: 089/89 80 13 70 | Fax: 089/89 80 11 17  
E-Mail: info@precor.de  
Internet: www.precor.de
15. Pulse Fitness GmbH  
Tel: 0234/43 62 3 | Fax: 0234/94 31 33 0  
E-Mail: pulsefitness@t-online.de  
Internet: www.pulsefitness.de
16. Schnell Trainingsgeräte GmbH  
Tel: 08252/88 55 0 | Fax: 08252/88 55 22  
E-Mail: info@schnell-online.de  
Internet: www.schnell-online.de
17. Technogym Wellness & Biomedical GmbH  
Tel: 06103/20 12 40 | Fax: 06103/20 12 41 0  
E-Mail: info@technogym.com  
Internet: www.technogym.com

- Zubehör und Kleingeräte:
1. Airex Gaugler & Lutz oHG  
Tel: 07367/96 76 6 0 | Fax: 07367/96 66 60  
E-Mail: info@gaugler-lutz.de  
Internet: www.airex.de
2. Bellicon GmbH  
Tel: 02203/20 22 20 | Fax: 02203/20 22 22 9  
E-Mail: info@bellicon.de  
Internet: www.bellicon.de
3. IFAA GmbH  
Tel: 06202/27 51 14 | Fax: 06202/27 51 15  
E-Mail: equipment@ifaa.de  
Internet: www.megasport-vertrieb.de
4. Sport-Thieme GmbH  
Tel: 05357/18 18 1 | Fax: 05357/18 19 0  
E-Mail: info@sport-thieme.de  
Internet: www.sport-thieme.de
5. Thera-Band® GmbH  
Tel: 06436/94 49 40 | Fax: 06436/94 49 44 4  
E-Mail: info@thera-band.de  
Internet: www.thera-band.de
6. TOGU® Gebr. Obermaier oHG  
Tel: 08051/90 38 42 | Fax: 08051/37 45  
E-Mail: info@togu.de  
Internet: www.togu.de
7. Kübler Sport GmbH  
Tel: 07191/95 70 0 | Fax: 07191/95 70 10  
Email: info@kuebler-sport.de  
Internet: www.kuebler-sport.de

- Pulsmessgeräte:
1. Polar Electro GmbH Deutschland  
Tel: 06152/92 36 16 | Fax: 06152/92 36 10  
E-Mail: info@polar-electro.de  
Internet: www.polar-electro.de
2. SIGMA Elektro GmbH  
Tel: 06321/91 20 0 | Fax: 06321/91 20 34  
E-Mail: info@sigmasport.com  
Internet: www.sigmasport.de

- Studiosoftware und Ausweissysteme:
1. BITsoft Fitness Test Professionell  
Tel: 06561/94 26 10 | Fax: 06561/94 26 15  
E-Mail: support@BITsoftNet.de  
Internet: www.bitsoftnet.de
2. CENTERCOM EDV-Systeme GmbH  
Tel: 07472/98 37 30 | Fax: 07472/98 37 47  
E-Mail: info@centercom.de  
Internet: www.centercom.de
3. CSP Computer-System-Partner GmbH  
Tel: 08374/58 11 7 | Fax: 08374/58 11 8  
E-Mail: fitsoft@csp-computer.de  
Internet: www.csp-computer.de
4. StudioLine EDV für Sport und Fitness  
Tel: 04351/76 96 80 | Fax: 04351/76 96 81 9  
E-Mail: info@studoline.org  
Internet: www.magicline.de

## 4.2.3 Sanitäre Anlagen

Ein oft unterschätzter Faktor ist der Umkleide- und Sanitärbereich. Beide Bereiche sind die Visitenkarte der Einrichtung. Bei der Aufteilung ist ausreichend Fläche einzuplanen, d. h. mindestens 15 Prozent der Gesamtfläche.

- Weitere Gesichtspunkte sind:
- ! Hinsichtlich der Anzahl der Spinde und Schränke gilt als Richtwert, dass für ca. 15 Prozent der Mitglieder ein Schrank vorgehalten wird. Die Schrankbreite sollte die Aufnahme einer Sporttasche ermöglichen.
  - ! getrennte Duschen und Toiletten – jeweils vier Toiletten und zehn Duschplätze gelten als Standard (in den Bauordnungen der Bundesländer ist die Mindestanzahl der Toiletten vorgegeben)
  - ! Duschen und Toiletten sollten eine Spartaste haben, um den Wasserverbrauch gering zu halten (vgl. Kap. 5).
  - ! freundliche Farben und ausreichend Licht
  - ! Boden: Fliesen mit einer rutschfesten Oberfläche, evtl. Fußbodenheizung
  - ! Steckdosen für Haartrockner, Spiegel

## 4.2.4 Wellnessbereich

Standardmäßig ist der Wellnessbereich zwischen 100 und 200 Quadratmeter groß bzw. umfasst etwa zwölf Prozent der Gesamtfläche. Räumlich grenzt der Wellnessbereich an die Umkleideräume. Statistisch gesehen nutzen nur fünf bis zehn Prozent der Mitglieder einen Saunabereich.

# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 4.2.5 Empfangsbereich/Theke/Bistro

In vielen Einrichtungen wird der Empfangs- und Bistrobereich als Check-In/-Out sowie zur Getränkeausgabe genutzt. Dieser Bereich ist sehr wichtig, weil dort meistens der Erstkontakt mit einem potentiellen Neukunden stattfindet. Der erste Eindruck ist häufig der entscheidende. Daher wird empfohlen, dass der Empfang einen zentralen Standort hat und der Thekenbereich durch ein einladendes Design und durch freundliche Atmosphäre auffällt. Je nachdem, welche Arbeiten vom Empfangsbereich aus gesteuert werden, ist es wichtig, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von dort einen guten Überblick auf alle wichtigen Flächen haben.

Folgende Aufgaben kommen auf die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Empfang zu:

- | Check-In/Check-Out
- | möglicherweise Ausgabe der Spindschlüssel
- | Informationsplattform für Kunden
- | Bedienung der Studioverwaltungssoftware und andere kleine Bürotätigkeiten
- | Ausgabe von Getränken und Speisen



Der Empfangsbereich kann folgende Bestandteile haben:

- | Tresen
- | PC mit Check-In/Check-Out
- | Telefonanlage
- | Schlüsselhalterung mit Spindschlüsseln
- | Barhocker und/oder Tische mit Stühlen, je nach Studiogröße
- | Kaffee-/ Espressomaschine
- | 1 Unterbaukühlschrank, 1 Großkühlschrank
- | 1 Geschirrspülmaschine
- | Verkaufsfläche für Snacks, Fitnessriegel und Milchshakes
- | Musikanlage mit Verstärker für den gesamten Studiobereich
- | Erste-Hilfe-Kasten
- | Defibrillator

Software für den Check-In/Check-out

Für den Studiobetrieb ist eine leistungsfähige Software für den Check-In-Bereich zur Erfassung der Studioauslastung, Mitgliederbetreuung, Zugangskontrolle etc. ratsam.

Als Zugangs- und Einlasskontrolle bietet der Deutsche Sportausweis vielfache Möglichkeiten. Schon bei der Entwicklung des Ausweissystems wurde darauf geachtet, dass es möglichst flexibel in der Anwendung ist und kleinen wie großen Vereinen alle Möglichkeiten offen hält. So ermöglicht der Deutsche Sportausweis die Überprüfung der Vereinszugehörigkeit und kann als „elektronischer Schlüssel“ genutzt werden. Zusätzlich kann er bei vereinsinternen Auswertungen von Anwesenheit und Trainingszeiten oder für die Endabrechnung von Eintrittsgebühren verwendet werden sowie verschiedene Zutrittsrechte steuern.

Informationen:

DAS Deutsche Sportausweis GmbH  
Tel: 0234/58 71 00 10 | Fax: 0234/58 71 00 29  
E-Mail: [info@sportausweis.de](mailto:info@sportausweis.de)  
Internet: [www.sportausweis.de/info](http://www.sportausweis.de/info)

## 4.2.6 Sonstige Räumlichkeiten

### 1. Büro- und Beratungsräume

Die sportliche und die organisatorische Leitung des Fitness-Studios benötigt Büroräume mit folgender Ausstattung:

- | Schreibtisch
- | Telefonanlage
- | Computer mit Internetzugang und der entsprechenden Software zur Studioverwaltung und Finanzbuchhaltung

Des Weiteren kann auch noch ein separater Beratungsraum vorgesehen werden, in dem Kundengespräche geführt werden. Darüber hinaus ist ein zusätzlicher Raum für Diagnostik und Testung mit guter Durchlüftung sinnvoll. Je nach Konzeption des Fitness-Studios sind in diesem Raum z.B. folgende Geräte zur Testung verschiedener physiologischer Parameter vorhanden:

- | Blutdruckmessgerät,
- | eine Sanitätsliege (auch zur Muskelfunktionsprüfung)
- | Geräte für die Diagnostik im Herz-Kreislaufbereich (Cardioscan oder Clue medical als Risiko-Screening im Bereich Herzzustand und Stresswert, Laktatdiagnostik oder Spiroergometrie)

- | Geräte zur Kraftmessung
- | Körperfettmessgerät

2. Notfallzimmer (alternativ kann der Testraum oder der Beratungsraum die Funktion mit übernehmen)

Im Notfallzimmer (wenn nicht am Empfang vorhanden) muss ein voll ausgestatteter Erste-Hilfe-Kasten und ein Defibrillator stehen. Zusätzlich sollten sich im Notfallzimmer ein Telefon, eine Liege, ein kleiner Schreibtisch mit Stuhl sowie ein Waschbecken befinden.



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 3. Raum für Kinderbetreuung

Entscheidet sich der Verein für das Angebot einer Kinderbetreuung, so muss dafür ein separater Raum mit umfangreichen Spielmaterial für alle Altersgruppen zur Verfügung stehen, Tische und Stühle vorhanden sein sowie ein Waschbecken und eine Kindertoilette.

## 4. Keller- und Lagerräume

Keller- und Lagerräume sind einzuplanen, beispielsweise für Büromaterial, Putzutensilien und zusätzliche Trainingsgeräte.

## 5. Sozialraum

Dieser sollte als Pausen- und Umkleideraum für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dienen.

## 6. Technik

Die Haustechnik befindet sich normalerweise in den Kellerräumen und benötigt einen gesonderten Raum.

## 4.3 Ausstattung der Räumlichkeiten

Eine ansprechende Innenausstattung wird heutzutage erwartet und kann vertragsentscheidend sein. Trotz allem stellt jeder Verein an die Ausstattung der Räumlichkeiten andere Anforderungen. Es bietet sich die Zusammenarbeit mit einer Firma an, die Erfahrungen mit der Inneneinrichtung von Sportstätten hat bzw. sich auf die Inneneinrichtung von Sportstätten spezialisiert hat, am besten speziell im Fitnessbereich.

Diese Unternehmen bieten sowohl Gesamtkonzepte und Grundrissplanungen als auch Einzellösungen für den Umkleide-, Empfangs- und Wellnessbereich an.

Möglicherweise hat auch die Architektin, der Architekt Erfahrung oder Kenntnisse in diesem Bereich und kann zu den unterschiedlichen Materialien beraten.

### Informationen:

1. Kessler & Söhne Württembergisches Eisenwerk GmbH & Co. KG  
Tel: 0711/13 54 80 | Fax: 0711/13 54 83 0  
E-Mail: [info@kessler-soehne.de](mailto:info@kessler-soehne.de)  
Internet: [www.kessler-soehne.de](http://www.kessler-soehne.de)

- Komplettlösungen für Fitness-Studios, Einrichtungsvorschläge

2. FaM Einrichtungssysteme GmbH  
Tel: 07426/96 10 0 | Fax: 07426/96 10 40  
E-Mail: [info@fam-group.de](mailto:info@fam-group.de)  
Internet: [www.fam-group.de](http://www.fam-group.de)

- architektonische Planung und Umsetzung, Wellnessbereich und Theken-Bau

3. ConceptM GmbH & Co. KG  
Tel: 02192/92 25 0 | Fax: 02192/92 25 25  
E-Mail: [info@concept-m.net](mailto:info@concept-m.net)  
Internet: [www.concept-m.net](http://www.concept-m.net)

- Studio- und Bistromöblierung, Komplett-einrichtungen, Umkleiden

4. Geschwender Innenausbau GmbH  
Tel: 02664/99 69 0 | Fax: 02664/55 40  
E-Mail: [info@geschwender.de](mailto:info@geschwender.de)  
Internet: [www.geschwender.de](http://www.geschwender.de)

- Schwerpunkt: nassfester Innenausbau, Umkleiden, Duschen und Thekenbereich, Beratung und Planung

### von Gesamtkonzepten bei Neu- und Umbauten

5. bonaspes GmbH  
Tel: 0281/16 35 88 8 | Fax: 0281/16 35 88 9  
E-Mail: [info@bonaspes.de](mailto:info@bonaspes.de)  
Internet: [www.bonaspes.de](http://www.bonaspes.de)

- Entwicklung individueller Einrichtungskonzepte für Fitnessanlagen, Bistro-, Empfangs- und Wellnessbereich, Umkleiden, Realisierung von Themenwelten

6. Weise & Partner  
Tel: 036450/39 93 2 | Fax: 036450/3959 9  
E-Mail: [info@weiseundpartner.de](mailto:info@weiseundpartner.de)  
Internet: [www.weiseundpartner.de](http://www.weiseundpartner.de)

- Raum- und Bereichskonzepte, Grundriss- und Detailplanung, Kostenermittlung, Farb- und Gestaltungskonzepte, Beleuchtungsplanung, Raumausstattung, Möblierung, Wand- und Bodenbelagsarbeiten

7. C+P Möbelsysteme GmbH & Co. KG  
Tel: 06465/91 90 | Fax: 06465/91 92 00  
E-Mail: [info@cpmoebel.de](mailto:info@cpmoebel.de)  
Internet: [www.cpmoebel.de](http://www.cpmoebel.de)

- Einrichtungen mit Stahl, Einzelmöbel und Großprojekte für die Bereiche Empfang, Bistro, Büro, Nebenräume

8. illbruck Sanitärtechnik GmbH  
Tel: 05621/80 10 | Fax: 05621/80 1297  
E-Mail: [info@illbruck-sanitaertechnik.de](mailto:info@illbruck-sanitaertechnik.de)  
Internet: [www.illbruck-sanitaertechnik.de](http://www.illbruck-sanitaertechnik.de)

- Wellness- und Saunaanlagen, Konzepte für Duschplätze und andere sanitäre Anlagen

## 1. Böden und Beläge

Die Böden und Beläge müssen je nach Funktionsbereich gewählt, aber trotzdem aufeinander abgestimmt sein: rutschfest, strapazierfähig, Schmutz abweisend, gut zu reinigen, aber dennoch angenehm und freundlich sind die wichtigsten Kriterien. Da jeden Tag viele Personen darüber laufen, ist die Abnutzung recht hoch. Für den Trainingsbereich und die Gymnastikhalle sollte ein Unternehmen der Spezial- bzw. Sportbodenbranche kontaktiert werden.

Die im Trainingsbereich verwendeten Materialien sind entweder strapazierfähiger Teppichboden, Laminat oder Industrieparkett. Im Bereich des Freihandelttrainings sollte ein Gummiboden verlegt oder Matten ausgelegt werden, damit der Boden nicht durch herunterfallende Hanteln oder Hantelscheiben beschädigt wird. Im Freihandeltbereich ist zudem eine Sicherheits-Spiegelwand wichtig, im restlichen Trainingsbereich ist diese nicht zwingend notwendig.





# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## Informationen:

Diese drei Unternehmen haben sich auf Bodenbeläge für Sporteinrichtungen spezialisiert:

1. BOEN Parkett Deutschland GmbH & Co. KG  
Tel: 04542/80 03 0 | Fax: 04542/80 03 47  
E-Mail: [boen@boen-parkett.de](mailto:boen@boen-parkett.de)  
Internet: [www.boen.de](http://www.boen.de)
2. Morgenroth GmbH  
Tel: 09232/99 15 44 | Fax: 09232/99 15 45  
E-Mail: [info@morgenroth.eu](mailto:info@morgenroth.eu)  
Internet: [www.morgenroth.eu](http://www.morgenroth.eu)
3. Hamburger Flooring GmbH & Co. KG  
Telefon: s. Homepage, verschiedene Ansprechpartner je Bundesland  
E-Mail: [info@haro.de](mailto:info@haro.de)  
Internet: [www.haro-sports.de](http://www.haro-sports.de)

## 2. Beleuchtung

Allgemein sollte darauf geachtet werden, Tageslicht zu nutzen und große Fensterfronten einzubauen. Dadurch wirken Räume größer und offener. In der Regel ist die Architektin, der Architekt über die jeweiligen Beleuchtungsanforderungen informiert.

Gutes Licht ist ausschlaggebend dafür, dass sich die Kundinnen und Kunden wohlfühlen und die Einrichtung entsprechend zur Geltung kommt. Für jeden Raum ist je nach Nutzung eine andere Beleuchtung notwendig. Hier können Lichtarchitektinnen und -architekten zu Rate gezogen werden. Insbesondere die Auswahl der Leuchten und Leuchtmittel, die zum Teil zwölf Stunden am Tag oder mehr in der Nutzung sind, ist sorgfältig zu treffen, um einen hohen Wartungs-

und Kostenaufwand zu vermeiden.

Es empfiehlt sich, die Räume des Studios gleichmäßig zu beleuchten. Dabei ist zu gewährleisten, dass die Beleuchtung blendfrei erfolgt und die Beleuchtungsstärke in den unterschiedlichen Räumen angepasst ist.

## Informationen:

Fördergemeinschaft Gutes Licht (FGL)  
Stresemannallee 19 | 60596 Frankfurt am Main  
Tel: 069/63 02 35 3

In der Schriftenreihe der FGL finden sich im Heft 08 „Gutes Licht für Sport und Freizeit“ (ISBN 3-926 193-08-5, DIN A4, 40 Seiten für 9 Euro) weitere Informationen. Das Heft kann auch als pdf-Datei auf der Homepage [www.licht.de](http://www.licht.de) kostenlos heruntergeladen werden.

## 3. Belüftung und Heizung

Bei der Wahl der passenden Belüftung und des richtigen Heizsystems sind Fachleute in Anspruch zu nehmen. Grundsätzlich ist darauf zu achten, dass im Trainings- und Gymnastikbereich eine ausreichende Luftzufuhr und -zirkulation herrscht, da hier viel Körperwärme abgegeben wird. Zugluft oder Geruchsbelästigungen durch schlechten Luftaustausch können schnell eine hohe Unzufriedenheit entstehen lassen.

Weitere Hinweise und Informationen zum Thema finden Sie im Kapitel Umweltmanagement.

## 4.4 Baurechtliche Verordnungen

Baurechtliche Regelungen sind Ländersache. Spezielle Bestimmungen für Fitness-Studios sind bisher nicht bekannt. In der Regel handelt es sich bei einem Fitness-Studio um ein normales Gebäude, wenn nicht eine Schwimmhalle oder eine große Sporthalle mit eingeplant wird. Über baurechtliche Verordnungen ist die Architektin, der Architekt informiert.

## Informationen:

- Kommune und Ämter  
(Bauordnung und Hochbau)
- Internet: Unter [www.baurecht.de/gesetze.htm](http://www.baurecht.de/gesetze.htm) finden sich Gesetzesmaterialien zum Bundesbaurecht und zum jeweiligen Landesbaurecht. Die Landesbauordnungen können kostenlos als pdf-Dokumente heruntergeladen werden. Weitere Informationen kann das engagierte Architekturbüro geben.

## Informationen:

### Brandschutz:

1. Bundesverband Technischer Brandschutz e.V.  
Tel: 0931/35 29 20 | Fax: 0931/35 29 22 9  
E-Mail: [info@bvfa.de](mailto:info@bvfa.de)  
Internet: [www.bvfa.de](http://www.bvfa.de)
2. Gütegemeinschaft Instandhaltung  
Feuerlöschgeräte e.V. (Gif)  
Tel: 0561/28 86 41 0 | Fax: 0561/28 86 42 9  
E-Mail: [info@gif-brandschutz.de](mailto:info@gif-brandschutz.de)  
Internet: [www.gif-brandschutz.de](http://www.gif-brandschutz.de)



### 3. Verwaltungsberufsgenossenschaft

Die Gesetzliche Unfallversicherung für Sportvereine gibt Informationen zum sicheren Vereinsbetrieb und Arbeitsschutz im Unternehmen Sportverein.  
Internet: [www.vbg.de](http://www.vbg.de)

# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

5 | Umweltmanagement





# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 5. Umweltmanagement

Energie- und Ressourceneinsparungen spielen in Sportvereinen eine große Rolle, da nicht nur Kosten gespart, sondern gleichzeitig ein Beitrag für den Umweltschutz geleistet wird.

Durch gezielte Maßnahmen im Energiebereich können mindestens 10 bis 15 Prozent der durchschnittlichen Kosten reduziert werden. Um die Energie-Einsparpotenziale genau zu ermitteln, sollte im Vorfeld ein sogenannter „Öko-Check“ durchgeführt werden. Darunter ist eine Analyse der gesamten Anlage hinsichtlich Gebäude, Anlagentechnik und eingesetzter Energiearten zu verstehen. Viele Sportorganisationen bieten so genannte „Öko-Checks“ an, die speziell auf Sportanlagen ausgerichtet sind. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Landessportbünde/-verbände besuchen die Sportanlage und entwickeln nach einer Vor-Ort-Begehung im Verein einen Maßnahmenkatalog mit möglichen Sanierungsmaßnahmen im Hinblick auf Ressourceneinsparung und Energieeffizienz.

Weiterhin bieten einige Sportorganisationen sogenannte Umweltmanagementprogramme an, bei denen sich die teilnehmenden Sportvereine zusammen mit einer Fachberaterin, einem Fachberater schrittweise und eigenverantwortlich den Umweltanforderungen stellen können. Das thematisch breiter angelegte Umweltmanagement umfasst über die Energie- und Wassereinsparung hinaus auch Bereiche wie Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, Umgang mit der Natur und Landschaft u. v. m. Das Erreichen jeder einzelnen Qualifizierungsstufe wird zertifiziert und ausgezeichnet.

### 1. Stromverbrauch

Hoher Stromverbrauch ist in Fitness-Studios keine Seltenheit. Hinsichtlich des Strompreises hat es sich als hilfreich erwiesen, Angebote zu vergleichen und vielleicht auch mit den Stromanbietern zu verhandeln. Im Internet gibt es so genannte Online-Strompreisvergleiche, die erste Hilfen geben. Durch die Entscheidung für Strom aus erneuerbaren Energien kann zudem ein Beitrag zum Umwelt- und Ressourcenschutz geleistet werden. Eine Spezialistin oder einen Spezialisten zu konsultieren, lohnt sich.

Um die Stromkosten entscheidend zu minimieren, sollten folgende Schritte vorgenommen werden:

- | **Stromvertragsprüfung**
- | **Preisvergleich durchführen**
- | **Liste mit Stromverbrauchsaggregaten aufstellen**
- | **Stromverbrauch für die einzelnen Geräte messen lassen**
- | **Stand-by-Modus für die Geräte hinterfragen**
- | **Ersatzinvestitionen ermitteln**
- | **jährliches Controlling**

Es lassen sich eine Reihe von Maßnahmen ergreifen, um den Stromverbrauch zu reduzieren:

- | **Einbau eines Bewegungsmelders, damit die Beleuchtung auch wirklich ausgeschaltet ist, wenn niemand mehr im Raum ist.**
- | **Lampen regelmäßig reinigen, da eine Reinigung bis zu 40 Prozent mehr Licht ergeben kann.**
- | **Konventionelle Leuchtmittel durch Energiesparlampen ersetzen.**
- | **Helle Wandfarbe sorgt für eine gute Streuung des Lichts und lässt den Raum auch bei wenig Licht heller und wärmer wirken.**

### 2. Wasserverbrauch

Bevor Maßnahmen ergriffen werden, um den Wasserverbrauch längerfristig zu reduzieren, ist es wichtig, sich über drei Bereiche Klarheit zu verschaffen: Wasserbezugsquellen, Abwasser- und Kanalisationsgebühren und das Ausmaß der Wasserverschwendung.

Eine Überprüfung der möglichen Wasserbezugsquellen ergibt folgende Ergebnisse: Die ortsansässigen Wasserwerke sind die erste Möglichkeit und in vielen Fällen auch die einzige, Wasser zu beziehen, vor allem wenn der Verein Mieter eines Gebäudekomplexes ist. Eine weitere Möglichkeit mit einem hohen Einsparungspotential sind Regenwasserauffangvorrichtungen und Brunnenanlagen. Gleichzeitig können damit auch die Abwassergebühren reduziert werden.

- | **Optimale Lösung: Einbau einer Anlage, die die Beleuchtung der Innenräume an die Intensität des Außenlichts koppelt.**
- | **Fitnessgeräte und Solarien sollten nur dann eingeschaltet sein, wenn sie wirklich genutzt werden (über Nacht müssen sie demnach nicht an den Strom angeschlossen werden) – selbstspeisende Fitnessgeräte sind hier die optimale Lösung.**
- | **Installation eines Vorschaltgerätes, das alle Funktionen eines Elektrogerätes abschaltet und selbst nur wenig Energie verbraucht.**
- | **Zeitschaltuhren sind, um die Spitzenlastzeit optimal zu regeln, vor allem sinnvoll bei vielen kleineren Geräten (Spülmaschine, Sauna etc.) und zur Nutzung des preisgünstigeren Nachtstroms.**
- | **Nutzung von energieeffizienten Geräten z. B. bei der Büroausstattung oder in der Gastronomie.**





# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

Hinsichtlich der Abwasser- und Kanalisationsgebühren gibt es die Regel, dass die Berechnung des Abwassers direkt an die Bezugsmenge gekoppelt ist. Allerdings fällt in einem Fitness-Studio eine große Menge Wasser an, die nicht durch die Kanalisation abgeführt wird, für die aber trotzdem gezahlt werden muss. Dies ist beispielsweise bei der Wasserverdampfung im Nassbereich oder für den Verbrauch bei der Zubereitung von Tafelwasser und Mineraldrinks der Fall. Mithilfe des Abwasserfreibetrags kann gespart werden. Dieser Betrag wird für die Menge an zugeführtem Frischwasser, für die man nachweisen kann, dass sie im eigenen Unternehmen verbleibt, vergütet. Hierfür muss sich der Verein an die zuständige Kommune wenden.

Die Bereiche, in denen Wasser verbraucht wird, sind Duschen, Waschbecken, Toiletten, Theken- und Servicebereich und Küche. In den wasserverbrauchenden Bereichen ist es wichtig die Trinkwasserhygiene entsprechend den geltenden Verordnungen sicherzustellen.

Mögliche Sparmaßnahmen sind:

- | **Wasserstopfunktion für Duschen und Toiletten-spülungen**
- | **Ausstattung der Wasserhähne und Duschköpfe mit einem Wasserperlator (Reduktion der Durchflussmenge)**
- | **Einbau von Fließdruckregulatoren, wodurch der generelle Wasserdruck ausgeglichen wird und ein ausreichender und gleich bleibender Wasserdurchfluss gegeben ist**
- | **Verwendung von Sparspülungen in Toiletten, Variation der Spülungszeitdauer durch veränderte Hebelverstellung im Wasserkasten**

Ziel sollte es sein, den Wasserverbrauch in Bezug auf die Durchflussvolumina und die Zeitdauer zu begrenzen. Entsprechende Unternehmen und Fachleute können hier beraten.

## 3. Wärmenutzung

Bei Einsparungen im Bereich der Wärmenutzung handelt es sich meist um investive Maßnahmen, die mit größerem Aufwand, auch hinsichtlich der Kosten, verbunden sind. Aber auch hier gibt es vor allem dank der erneuerbaren Energien vielfältige Möglichkeiten:

- | **mittelfristige Maßnahmen: Dämmung der Heizungsrohre, Nutzung von Abwärme**
- | **längerfristige Maßnahmen: Dämmung der Außenwände, Erneuerung der Heizungsanlage**
- | **Umstellung auf erneuerbare Energien wie Solar-energie, Heizen mit Pellets und Holz, sowie über Erdwärme usw.**

Ein zeitgemäßes Umweltmanagement bewirkt zugleich eine Ressourcen- und Kosteneinsparung sowie Qualitätssteigerung. Die Themen und Handlungsmöglichkeiten hierzu sind vielfältig und können in diesem Kapitel nur skizziert werden.



Informationen:

Umwelt- und Klimaschutz im Sport:

Deutscher Olympischer Sportbund (DOSB)  
Tel: 069/67 00 0  
E-Mail: [info@dosb.de](mailto:info@dosb.de)  
Internet: [www.klimaschutz-im-sport.de](http://www.klimaschutz-im-sport.de)

Auf dem DOSB-Klimaschutzportal wird ein Überblick über das Sportstätten-Beratungsangebot der Mitgliedsorganisationen und Spitzenverbände gegeben und es werden entsprechende Ansprechpersonen genannt.

Die Broschüre „Klimaschutz im Sport“ kann kostenlos beim DOSB bestellt werden. Sie gibt einen thematischen Überblick, zeigt Praxisbeispiele auf und benennt ebenfalls Ansprechpartner in den Sportorganisationen.

„Erneuerbare Energie“:

1. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU)  
Tel: 030/18 30 50 | Fax: 030/18 30 54 37 5  
E-Mail: [service@bmu.bund.de](mailto:service@bmu.bund.de)  
Internet: [www.bmu.de/energieeffizienz](http://www.bmu.de/energieeffizienz) und [www.erneuerbare-energien.de](http://www.erneuerbare-energien.de)
  2. Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA)  
Tel: 06196/90 80 62 5 | Fax: 06196/90 88 00  
Energieberatung unter der Telefonnummer: 06196/90 84 00  
Internet: [www.bafa.de](http://www.bafa.de)
  3. Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR)  
Tel: 030/18 40 10 | Fax: 030/18 40 18 2 12  
E-Mail: [zentrale@bbr.bund.de](mailto:zentrale@bbr.bund.de)  
Internet: [www.bbr.bund.de](http://www.bbr.bund.de)
  4. Deutsche Energie-Agentur GmbH (dena)  
Tel: 030/72 61 65 60 0 | Fax: 030/72 61 64 69 9  
E-Mail: [info@dena.de](mailto:info@dena.de)  
Internet: [www.dena.de](http://www.dena.de) und [www.thema-energie.de](http://www.thema-energie.de)
- „Thema-Energie“ ist ein Informations- und Nachschlageportal zum Thema Energie hinsichtlich

# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

Nutzung und Verwendung.

5. EnergieAgentur.NRW

Tel: 0202/24 55 20 | Fax: 0202/24 55 23 0

E-Mail: [post@energieagentur.nrw.de](mailto:post@energieagentur.nrw.de)

Internet: [www.energieagentur.nrw.de](http://www.energieagentur.nrw.de)

Die Energieagentur NRW hat einen 40-seitigen Leitfaden mit dem Titel „Sport braucht Energieeffizienz“ entwickelt; dieser soll Sportanlagenbetreibern, Kommunen wie Vereinen dabei helfen, die energetische, ökologische und ökonomische Effizienz ihrer Anlagen sinnvoll zu steigern.

Informationen:

Spezielle Literatur:

a) Praxishandbuch: Management für Fitness- und Freizeitanlagen – von Patrick Schlenz und Ingo Maisenbacher, erschienen 2007 im Health & Beauty Verlag Karlsruhe

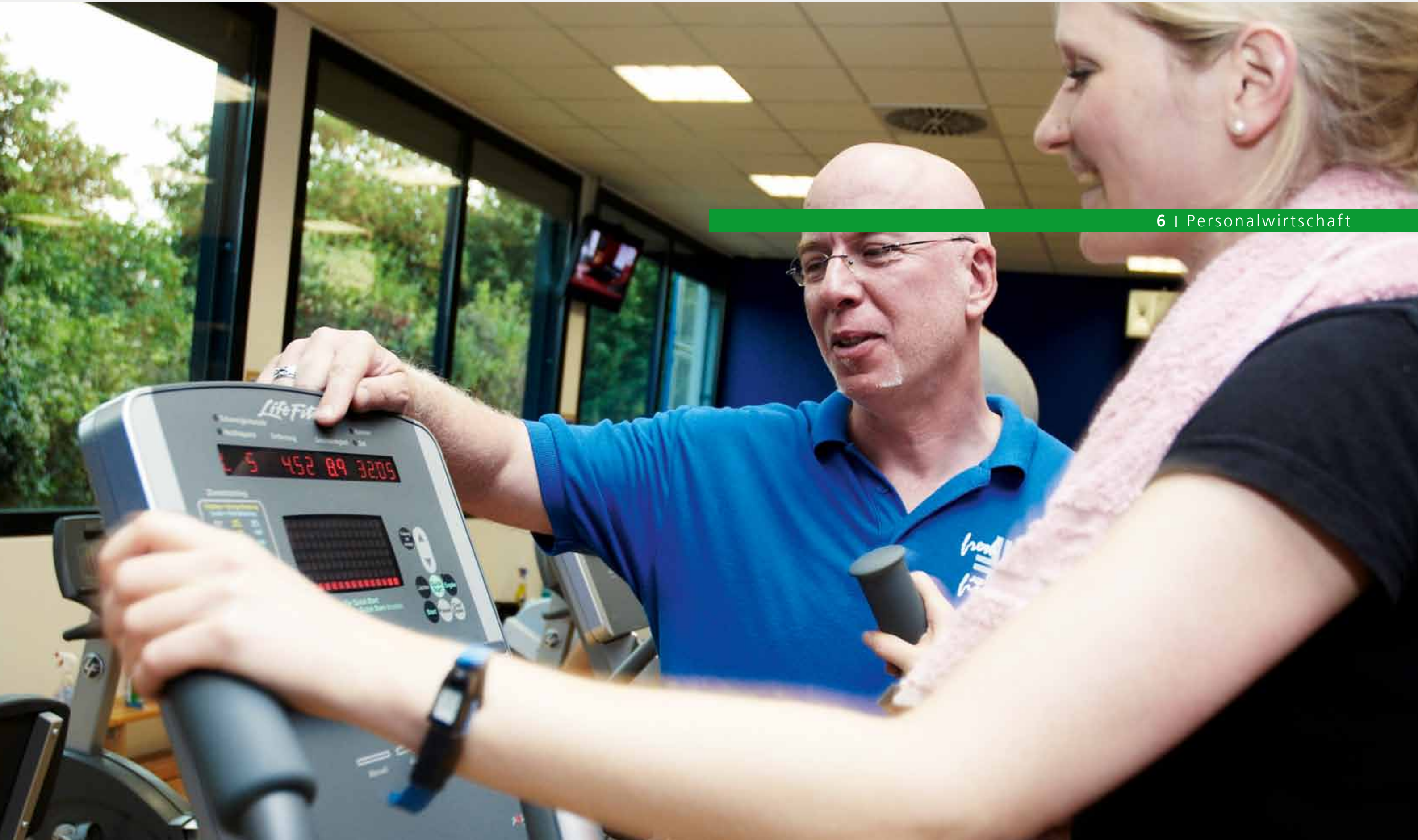
b) Selbstständig in der Fitnesswirtschaft. Leitfaden für Existenzgründer und Clubbetreiber – von Refit Kamberovic, Giovanni Fadda und Marco Meyer, erschienen 2007 im SSV-Verlag Hamburg





# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb





# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 6. Personalwirtschaft

Der Personaleinsatz stellt einen hohen Kostenfaktor dar und muss gründlich geplant werden. Die professionelle Leitung eines Fitness-Studios mit mehreren Bereichen ist eine Vollzeitaufgabe. Hier wird vorrangig mit hauptberuflichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Voll- und Teilzeit gearbeitet. Ergänzt wird das Team durch freie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Honorarkräfte und geringfügig Beschäftigte.

Ein freundliches und fachkompetentes Personal entscheidet langfristig über den Erfolg eines Fitness-Studios. Die folgenden Seiten geben zu den Bereichen Personalbedarf, -einsatz und -kosten sowie Anforderungen, Qualifikationen, Weiterbildung und rechtliche Aspekte Auskunft.

### 6.1 Personalplanung

Im Rahmen der Personalplanung geht es um Personalbedarf, Anforderungen und Qualifikationen, Personaleinsatz sowie um Weiterbildung und Personalentwicklung.

#### 6.1.1 Personalbedarf

Je nach Größe des geplanten Studios haben sich Bereichsleitungen für die einzelnen Tätigkeitsfelder als sinnvoll erwiesen. Eine mögliche Aufteilung wäre z. B.

- | **Studioleitung (sportlich/organisatorisch)**
- | **Bereichsleitung Gerätefläche**
- | **Bereichsleitung Kursangebote**
- | **Bereichsleitung Service/Theke/Verkauf**

#### 1. Studioleitung, Organisation

Es empfiehlt sich, für diese Stelle eine Person einzustellen, die im Sportmanagement oder in der Sport-

ökonomie Erfahrung hat, über sportwissenschaftliche Kenntnisse verfügt und mit Vereinsstrukturen vertraut ist. Die aktuellen sportwissenschaftlichen Studiengänge beinhalten beide Bereiche.

Die Studioleitung ist verantwortlich für:

- | **Ausgestaltung und Weiterentwicklung des Studiokonzeptes**
- | **Umsetzung des Studiokonzeptes**
- | **Organisation und Koordination der Arbeitsabläufe im Studio**
- | **Überprüfung und Weiterentwicklung der Arbeitsabläufe im Studio**
- | **Auswahl und Entwicklung des Personals**
- | **Erstellung des Personal-Einsatzplanes**
- | **Kommunikation mit Mitgliedern**
- | **gesamte Teamführung**

Diese Person sollte hauptamtlich angestellt sein. In einigen Studios übernimmt diese Aufgabe die Geschäftsführung des Vereins mit.

#### 2. Sportliche Studioleitung

Die sportliche Studioleitung ist für den gesamten sportlichen Bereich zuständig. Eine sportbezogene Ausbildung als Sportwissenschaftlerin, Sportwissenschaftler, Physiotherapeutin, Physiotherapeut oder Sport- und Gymnastiklehrerin, -lehrer ist für diese wichtige Position zwingend erforderlich.

Die sportliche Studioleitung ist verantwortlich für:

- | **alle Abläufe im Trainingsbereich**
- | **Personalplanung**
- | **Teamführung im sportpraktischen Bereich**
- | **Trainerinnen, Trainer**
- | **Überprüfung und Weiterentwicklung der sportpraktischen Konzeption**
- | **Fortbildungen**

#### | Kommunikation mit Mitgliedern

#### 3. Trainingsfläche

Mit der Trainingsfläche ist der Bereich der Kraft- und Cardiogeräte gemeint. Hier sollte immer mindestens eine Trainerin oder ein Trainer vor Ort sein, die den Mitgliedern bei der Übungsdurchführung hilft und Fragen beantwortet. Die Trainerinnen und Trainer sind auch dafür zuständig, Beratungsgespräche zu führen, Probetrainings und Tests durchzuführen sowie Trainingspläne zu erstellen. Die meisten Fitness-Studios setzen während der Stoßzeiten zwei oder mehr Trainerinnen und Trainer auf der Trainingsfläche ein. Ob zeitgleich weiteres Personal, das sich nur um Neuzugänge, Beratung, Probetrainings, erste Trainings kümmert, anwesend ist oder ob dies von den Trainerinnen und Trainern auf der Fläche übernommen werden kann, zeigt sich im Laufe der Zeit. Generell empfiehlt sich, mit Neuinteressenten einen eigenen Termin zu vereinbaren. Bei diesem Termin kümmert sich eine Trainerin oder ein Trainer ausschließlich um das potentielle Neumitglied.

In der Regel gibt es mehrere Trainerinnen und Trainer, die entweder in Teilzeit oder auf Honorarbasis angestellt sind. Werden zusätzlich zum normalen Training auch noch spezielle Angebote, wie beispielsweise ein Zirkeltraining durchgeführt, muss hierfür zusätzliches Personal bereitgestellt werden.

Wichtig ist die Ermittlung der Stoßzeiten, um dafür ausreichend Personal vorzuhalten.

Neben der rein sportfachlichen Betreuung übernehmen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in diesem Bereich auch:

- | **Beratung der Interessenten**
- | **Mitgliedschaftsverkauf**

Es empfiehlt sich, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter neben den sportfachlichen Weiterbildungen auch in folgenden Bereichen zu schulen:

- | **Kundenorientierung**
- | **Kommunikation**
- | **Beschwerdemanagement**
- | **Verkauf**

#### 4. Kursbereich

Zum Kursbereich zählen alle Sportkurse, die im Gymnastikraum (Kursräumen) oder auf einer Außenanlage stattfinden und zum Angebot des Fitness-Studios gehören. Hierfür gibt es einen Kursplan, in dem Uhrzeit, Kursart und Trainerin bzw. Trainer vermerkt sind. Da nicht jede Trainerin bzw. jeder Trainer für jeden Kurs qualifiziert ist, gibt es für diesen Bereich oftmals sehr viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie werden üblicherweise als Freiberufler, Honorarkräfte bzw. auf Minijob-Basis beschäftigt. Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Kursbereich gelten die gleichen Zusatzanforderungen wie für die Trainerinnen und Trainer im Gerätebereich. Oftmals sind Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Gerätebereich auch im Kursbereich tätig.



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 5. Empfang/Theke

Der Empfangs- und Thekenbereich gehört nicht zum Aufgabenbereich der Trainerin bzw. des Trainers. Hierfür sollte eine zusätzliche Person beschäftigt sein, die freundlich und aufmerksam Kundinnen und Kunden empfängt, Spindschlüssel verteilt, Informationen weitergibt und für Getränke und den Verkauf von anderen Artikeln zuständig ist.

Es ist wichtig, das entsprechende Personal in folgenden Bereichen zu schulen:

- | Verkauf
- | Telefonkommunikation aktiv und passiv
- | Kundenorientierung
- | Gesprächsführung
- | Beschwerdemanagement

Der Empfang ist eine wichtige Anlaufstelle für Interessenten, Neukundinnen und -kunden, Beschwerden, Informationen und Kommunikation. Oft entscheidet ein erstes Gespräch am Telefon oder im Servicebereich über den Abschluss einer Mitgliedschaft. Auch trägt der Servicebereich wesentlich zum „kommunikativen Wohlfühlen“ der Mitglieder bei. Es bietet sich an, die Auswahl des Personals nach Zeiten und den vorwiegend anwesenden Mitgliedern auszuwählen. In den meisten Fitness-Studios arbeiten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in diesem Bereich auf Honorarbasis. Zu den Aufgaben des Servicepersonals sollten auch regelmäßige Rundgänge durch die Räume gehören (insbesondere Umkleiden und Sanitärbereich), um die Sicherheit und Sauberkeit während des Betriebes sicherzustellen.

## 6. Reinigung

Die Reinigungsaufgaben kommen im gesamten Gebäude zum Tragen, vor allem aber in den Sanitäranlagen und im Wellnessbereich. Da Sauberkeit und Hygiene ei-

nen zentralen „Wohlfühlfaktor“ darstellen, muss für die Reinigung eine professionelle Lösung gefunden werden. Es ist zu überlegen, eine Reinigungsfirma zu engagieren. Bei der Kostenplanung ist dies zu berücksichtigen. Kleinere Hygieneaufgaben im Bereich der Trainingsfläche und des Empfangs können tagsüber von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern übernommen werden; hierdurch lässt sich viel Geld einsparen.

## 6.1.2 Anforderungen und Qualifikationen

Immer mehr Menschen nutzen die Angebote der Fitness-Studios. Insbesondere das ältere Klientel erwartet eine qualitativ hochwertige Betreuung. Kundinnen und Kunden schätzen immer mehr die sportliche Fachkompetenz und freuen sich, wenn sie auf ihre Fragen eine verständliche Antwort erhalten. Dementsprechend gut müssen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter qualifiziert sein. Daneben sind soziale Kompetenzen unbedingt erforderlich.

### 1. Sportfachliche Kompetenzen

Die sportliche Leitung muss entweder über

- | ein abgeschlossenes sportwissenschaftliches Hochschulstudium,
- | eine DOSB-Lizenz Trainer A-Kraft und Fitness,
- | eine Physiotherapieausbildung,
- | eine abgeschlossene Ausbildung zum Sport- und Gymnastiklehrer,
- | oder eine abgeschlossene Ausbildung in einem Bewegungsberuf (med. Bademeisterin/Bademeister, Masseurin/Masseur, Ergotherapeutin/Ergotherapeut, Motopädin/Motopäde)

verfügen.

Weiterhin sind Zusatzqualifikationen wie eine abgeschlossene sportpraktische Ausbildung/Lizenz (z. B. DTB-Geräte Fitness-Trainer, Übungsleiter B „Sport in der

Prävention“, gültige 2. Lizenzstufe der Übungsleiter-Ausbildung oder eine vergleichbare Ausbildung) sowie die Bereitschaft zur regelmäßigen externen Fortbildung sinnvoll.

### 2. Soziale Kompetenzen

Folgende soziale Kompetenzen sind wichtig:

- | Führungskompetenz
- | Teamfähigkeit
- | Freude im Umgang mit Menschen, freundliches Auftreten, Motivationsvermögen
- | selbstständiges Arbeiten, Selbstbewusstsein und Verantwortungsbewusstsein
- | Kommunikationsfähigkeit
- | Serviceorientierung

### 6.1.3 Personaleinsatz

Der Personaleinsatz wird von der sportlichen Leitung oder den Bereichsleiterinnen und -leitern in Abstimmung mit den einzelnen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern besprochen. Wochenpläne eignen sich hierfür am besten. Die Stelle der sportlichen Leitung sollte nur mit einer Person besetzt sein, damit eine einzige Ansprechpartnerin, ein einziger Ansprechpartner für alle da ist und es nicht zu Abspracheproblemen oder zu Unstimmigkeiten in der Arbeitsorganisation kommt. Beim Einsatz muss berücksichtigt werden, welche Anstellungsverhältnisse die jeweiligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben.

Es hat sich als sinnvoll und erfolgreich erwiesen, wenn in allen Bereichen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter feste Zeiten haben. Für die Mitglieder bildet sich so ein Gefühl der Verlässlichkeit und Bekanntheit aus.



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 6.1.4 Weiterbildung/Personal-entwicklung

Regelmäßige Schulungen sind für ein Trainerteam notwendig. Die Fitnessbranche entwickelt sich beständig weiter, so dass die Trainerinnen und Trainer immer auf dem neuesten Stand sein müssen. Diese Weiterbildungsmaßnahmen können entweder intern oder extern erfolgen.

Die interne Ausbildung ist relativ kostengünstig, da mehrere Trainerinnen und Trainer gleichzeitig geschult werden. Es entstehen keine Reisekosten und die Schulungen können optimal auf die Wünsche des zu schulenden Teams ausgerichtet werden bzw. die sportliche Leitung kann Inhalte, die sie für relevant hält, vermitteln.

Für externe Schulungen spricht der Umstand, dass die Trainerinnen und Trainer mit Kolleginnen und Kollegen der Branche zusammentreffen. Es findet ein fachlicher Austausch statt, bei dem die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zusätzliche Impulse und Informationen erhalten.

Neben einer ständigen fachlichen Aus- und Weiterbildung können auch Themen gewählt werden, die eher dem kaufmännischen Bereich zuzuordnen sind. Einige sind bereits erwähnt worden.

- Dazu zählen:
- ! **Telefontraining aktiv/passiv (Service, Verwaltung, Leitungskräfte)**
  - ! **Verkaufsschulung (gesamtes Personal)**
  - ! **Kommunikation (gesamtes Personal)**
  - ! **Thekenseminare (werden von vielen Firmen in der Fitnessbranche angeboten)**
  - ! **Betriebsorganisation (für die Leitungskräfte)**
  - ! **Teamführung (für die Leitungskräfte)**
  - ! **Kundenorientierung (gesamtes Personal)**
  - ! **Kontaktmanagement (Leitungskräfte, Service, Verwaltung)**
  - ! **Beschwerdemanagement (gesamtes Personal)**

In der folgenden Übersicht sind die Mitgliedsorganisationen, die Ausbildungen im Bereich Fitness und Gesundheitssport durchführen, aufgelistet:

Informationen:

Folgende Spitzenverbände bieten Qualifizierungen mit DOSB-Trainerlizenzen mit dem Schwerpunkt „Fitness“ an:

1. Bundesverband Deutscher Gewichtheber

Trainerinnen und Trainer-C,B,A Breitensport

„Kraft und Fitness“

Tel: 06224/97 51 10

E-Mail: [info@bvdg-online.de](mailto:info@bvdg-online.de)

[www.bvdg-online.de](http://www.bvdg-online.de)

2. Deutscher Turner-Bund

Trainerinnen und Trainer-C Breitensport „Fitness und Gesundheit“ DTB-Akademie DTB-Trainerin, -Trainer GeräteFitness

Tel: 069/67 80 1 0

E-Mail: [hotline@dtb-online.de](mailto:hotline@dtb-online.de)

<http://www.dtb-online.de/portal>

Aus- und Fortbildungen in den Mitgliedsorganisationen

Fast alle Landessportbünde/-verbände bieten Aus- und Fortbildungen für Übungsleiterinnen und Übungsleiter an. Diese Qualifizierungsangebote können Inhalte zum Fitness-Sport enthalten. Bei den zuständigen Landessportbünden/-verbänden gibt es Informationen über die Bildungsmöglichkeiten auch speziell im Fitnessbereich.

Aus- und Fortbildung mit Inhalten zum Fitness-Sport gibt es auch für Übungsleiterinnen und Übungsleiter der Spitzenverbände und der Sportverbände mit besonderen Aufgaben. Bitte informieren Sie sich beim jeweiligen Verband:

1. Deutscher Behindertensportverband

(ÜL-C, ÜL-B „Sport in der Prävention“)

Tel: 02234/60 00 0 | E-Mail: [dbs@dbs-npc.de](mailto:dbs@dbs-npc.de)

Internet: [www.dbs-npc.de](http://www.dbs-npc.de)
2. Deutscher Fußball-Bund

(ÜL-C, ÜL-B „Sport in der Prävention“)

Tel. 069/67 88 0 | E-Mail: [info@dfb.de](mailto:info@dfb.de)

Internet: [www.dfb.de](http://www.dfb.de)
3. Deutscher Golf-Verband

(ÜL-B „Sport in der Prävention“)

Tel. 0611/99 02 00 | E-Mail: [info@dgv.golf.de](mailto:info@dgv.golf.de)

Internet: [www.golf.de](http://www.golf.de)

4. Deutscher Karate Verband

(ÜL-B „Sport in der Prävention“)

Tel. 02043/29 88 0 | E-Mail: [info@karate.de](mailto:info@karate.de)

Internet: [www.karate.de](http://www.karate.de)
5. Deutsche-Lebens-Rettungs-Gesellschaft

(ÜL-C, ÜL-B „Sport in der Prävention“)

Tel: 05723/95 50 | E-Mail: [info@dlrg.de](mailto:info@dlrg.de)

Internet: [www.dlrg.de](http://www.dlrg.de)
6. Deutscher Leichtathletik-Verband

(ÜL-B „Sport in der Prävention“)

Tel: 06151/77 08 0 |

E-Mail: [zentrale@leichtathletik.de](mailto:zentrale@leichtathletik.de)

Internet: [www.leichtathletik.de](http://www.leichtathletik.de)
7. Deutsche Reiterliche Vereinigung Bundesverband

(ÜL-B „Sport in der Prävention“)

Tel: 02581/63 62 132 | E-Mail: [fn@fn-dokr.de](mailto:fn@fn-dokr.de)

Internet: [www.pferd-aktuell.de](http://www.pferd-aktuell.de)
8. Deutscher Schwimm-Verband

(ÜL-B „Sport in der Prävention“)

Tel: 0561/94 08 30 | E-Mail: [info@dsv.de](mailto:info@dsv.de)

Internet: [www.dsv-bfg.de](http://www.dsv-bfg.de)
9. Deutscher Tischtennis-Bund

(ÜL-B „Sport in der Prävention“)

Tel: 069/69 50 190 | E-Mail: [DTTB@tischtennis.de](mailto:DTTB@tischtennis.de)

Internet: [www.tischtennis.de](http://www.tischtennis.de)
10. Deutscher Turner-Bund

(ÜL-C, ÜL-B „Sport in der Prävention“)

Tel: 069/67 80 10 | E-Mail: [hotline@dtb-online.de](mailto:hotline@dtb-online.de)

Internet: [www.dtb-online.de](http://www.dtb-online.de)



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

11. Deutscher Verband für Modernen Fünfkampf  
(ÜL-C, ÜL-B „Sport in der Prävention“,  
Fitnesstrainer)  
Tel: 06151/99 77 43 | E-Mail: mail@dvmf.de  
Internet: www.moderner-fuenfkampf.de
12. CVJM – Gesamtverband in Deutschland  
(ÜL-C)  
Tel: 0561/30 87 23 2 | E-Mail: sport@cvjm.de  
Internet: www.cvjm.de
13. Deutscher Betriebssportverband  
(ÜL-C)  
Tel: 030/34 70 94 83 |  
E-Mail: info@deutscher-betriebssportverband.de  
Internet: www.deutscher-betriebssportverband.de
14. Deutscher Verband für Freikörperkultur e.V.  
(ÜL-C)  
Tel: 0511/12 68 55 00 | E-Mail: dfk@dfk.org  
Internet: www.dfk.org
15. DJK-Sportverband  
(ÜL-C)  
Tel: 0211/94 83 60 | E-Mail: info@djk.de  
Internet: www.djk.de
16. Kneipp-Bund e.V.  
(ÜL-C, ÜL-B „Sport in der Prävention“)  
Tel: 08247/30 02 10 2 |  
E-Mail: info@kneippbund.de  
Internet: www.kneippbund.de

## 6.2 Personalkosten

Personalkosten zählen zu den laufenden Kosten und fallen sehr oft am stärksten ins Gewicht.

Folgende Kosten sind zu kalkulieren:

- | **Gehalt**
- | **Lohnnebenkosten**
- | **Versicherungen**
- | **evtl. Arbeitskleidung**
- | **Kosten für Aus-, Fort- und Weiterbildungen**

Die Höhe der Gehälter ist frei verhandelbar. Die Einstufung erfolgt in der Regel nach der Qualifikation und der Erfahrung. Eine Umfrage hat ergeben, dass die Studioleitung ein Gehalt zwischen 2.800 Euro und 4.200 Euro brutto bei einer Vollzeitstelle erhält. Bei den Trainerinnen und Trainern gibt es verschiedene Vertragsverhältnisse: Vollzeit, Teilzeit, geringfügig Beschäftigte (in der Regel mit Lohnsteuerkarte), freiberufliche Tätigkeit.

- | **Bei Vollzeit und Teilzeit fallen die üblichen Lohnnebenkosten an.**
- | **400-Euro-Job (Mini-Job):** Der Betrag von 400 Euro darf im Monat nicht überschritten werden; die Arbeitnehmerin, der Arbeitnehmer ist bei einem solchen Anstellungsverhältnis sozialversicherungs-frei, für die Arbeitgeberin, den Arbeitgeber fallen Pauschalabgaben an.
- | **Gleitzonen-Job:** Verdienst zwischen 400 Euro und 800 Euro monatlich; hierbei muss auch die Arbeitnehmerin bzw. der Arbeitnehmer einen Teil der Sozialversicherungsabgaben übernehmen und er ist lohnsteuerpflichtig.

- | **Freiberuflich tätige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter rechnen ihre Tätigkeit stundenweise ab und stellen am Ende des Monats eine Rechnung.**
- | **Die vom Studio zu zahlenden Versicherungsleistungen richten sich nach dem jeweiligen Anstellungsverhältnis.**

Bezüglich der Arbeitskleidung und den Fortbildungen muss das jeweilige Fitness-Studio selbst entscheiden, wie dies gehandhabt wird. Eine einheitliche Studiokleidung mit dem Logo, dem Namen des Studios sowie der Mitarbeiterin bzw. des Mitarbeiters ist für die Außendarstellung vorteilhaft. So wissen die Kundinnen und Kunden gleich, wen sie bei Fragen oder Problemen ansprechen können.

Von Fortbildungen profitieren sowohl die Angestellten als auch die Mitglieder durch eine qualitativ bessere Betreuung. Entweder teilen sich Verein und Personal die Kosten. Oder der Verein übernimmt die Kosten komplett und es wird vereinbart, dass die Mitarbeiterin bzw. der Mitarbeiter eine gewisse Summe zurückerstatten muss,

sollte er/sie innerhalb eines bestimmten Zeitraums das Unternehmen verlassen.

Im Interesse des Fitness-Studios sollte das gesamte Team über eine Erste-Hilfe-Ausbildung verfügen. Die Studioleitung muss diese alle zwei Jahre auffrischen. Es gibt auch spezielle Erste-Hilfe-Kurse für den Sportbereich. Viele vereinseigene Fitness-Studios bestellen sich jährlich eine Ausbilderin, einen Ausbilder von einer Erste-Hilfe-Organisation und führen mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine Inhouse-Schulung durch.

Informationen:

Erste-Hilfe-Lehrgänge oder weitere besondere Ausbildungen in diesem Bereich bieten u.a. an:

|                         |                 |
|-------------------------|-----------------|
| Deutsche Rote Kreuz     | www.drk.de      |
| Arbeiter Samariter Bund | www.asb.de      |
| Malteser                | www.malteser.de |

# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 7. Finanzierung

Die Finanzierung eines vereinseigenen Fitness-Studios ist für einen gemeinnützigen Sportverein eine große Herausforderung. Im Folgenden wird dargestellt, welche Investitionen getätigt werden müssen und welche Finanzierungsmöglichkeiten dafür in Frage kommen.

### 7.1 Investitions- und Kostenplanung

Für eine seriöse Finanzplanung ist ein Investitionsplan erforderlich. Dieser enthält alle betriebswirtschaftlichen Gründungsinvestitionen und hilft dabei, den Gesamtkapitalbedarf zu ermitteln. Hierauf baut der spätere

Finanzierungsplan auf. Die Unterstützung durch eine erfahrene Finanzberaterin, einen Finanzberater, die bzw. der in der Fitnessbranche tätig ist und sich mit den Richtgrößen für die einzelnen Bereiche auskennt, ist sinnvoll.

Eine großzügige Finanzplanung im Vorfeld verhindert, dass nachfinanziert werden muss, was in den meisten Fällen nicht mehr möglich ist. Die Einholung von Kostenvoranschlägen, der Austausch mit Expertinnen und Experten und die ausführliche Beratung durch verschiedene Firmen und Unternehmen sind selbstverständlich. Die Erstellung des Investitionsplans setzt voraus, dass der Investitionsaufwand festgelegt ist. Ein grober Investitionsplan könnte folgendermaßen aussehen:

| Investition                                                                                       | Euro |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| Grunderwerbskosten inkl. Nebenkosten für Gebäude und Grundstück                                   |      |
| Architektenkosten, Beratungs- und Planungshonorare                                                |      |
| Bau-, Umbau- und Renovierungskosten                                                               |      |
| Betriebsausstattung (u. a. Geräte) und Inneneinrichtung                                           |      |
| einmalige Patent-, Lizenz- und Franchisegebühren <sup>1</sup>                                     |      |
| Markterschließungskosten (Beratungen, Aus- und Fortbildungskosten, Notar, Sonstiges)              |      |
| Betriebsmittel (Anlaufkosten, laufende Kosten, Dienstleistungen, Werbung, GEMA etc.) <sup>2</sup> |      |
| Personalkosten <sup>3</sup>                                                                       |      |
| Gesamtsumme Kapitalbedarf                                                                         |      |

Tab. 1 Beispielhafter Investitionsplan

<sup>1</sup> Die einmaligen Patent-, Lizenz- und Franchisegebühren beziehen sich auf lizenzierte Kurse oder die Gebühren für Qualitätssiegel (Beispiel: SPORT PRO FITNESS).

<sup>2</sup> Bei den Betriebsmitteln ist zu unterscheiden zwischen den Raumkosten (Nebenkosten, Reparaturen), den Energiekosten (Heizung, Strom, Wasser/Abwasser) und Dienstleistungen (Telekommunikation, Bank- und Postgebühren, Versicherungen, Rechts- und Beratungskosten, Beiträge, Reinigung). Hinzu kommen die Kosten für Werbung, evtl. Leasing, Kfz-Kosten und Bürobedarf.

<sup>3</sup> Für die Personalplanung empfiehlt es sich, einen detaillierten Plan zu erstellen, in dem zum einen der Personalbedarf vermerkt ist, zum anderen im Einzelnen die Kosten für die Personalbeschaffung, die Personalqualifizierung einschließlich Fortbildungskosten und den Personaleinsatz mit Verträgen und Gehältern aufgeführt werden. Zu beachten ist hierbei das Anstellungsverhältnis. Wie viele Voll-, Teilzeit- und Honorarkräfte sollen beschäftigt werden? Über diese Punkte wurde bereits ausführlich in Kapitel 6.1 „Personalplanung“ informiert.

Die folgende Tabelle zeigt einige Kostenrichtwerte, die für die Kostenvorschau eingeplant werden. Auch hier gilt wieder, Informationen über mögliche Kosten einzu-

holen und sich mit Expertinnen und Experten zu beraten, z. B. durch Nachfragen bei befreundeten Vereinen, die bereits ein eigenes Fitness-Studio betreiben.

| Kostenarten                                                                                                                           | Richtwerte pro Monat        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| Betriebskosten wie Warmwasser, Abwasser, Heizung                                                                                      | 2,50 bis 3,50 € pro m²      |
| Energiekosten (Strom) abhängig von der Anzahl der Saunen, Solarien, Whirlpools und Schwimmbäder<br>2,20 bis 2,50 € pro m² Reparaturen | 0,80 bis 1,00 € pro m²      |
| GEMA (abhängig vom Kursangebot und der beschallten Fläche), VG Media und GEZ                                                          | 250 bis 400 €               |
| Reinigung                                                                                                                             | 2,00 bis 2,50 € pro m²      |
| Steuerberater/Bilanzerstellung                                                                                                        | 1,2 bis 1,5 % vom Umsatz    |
| Bankgebühren                                                                                                                          | 0,3 % vom Umsatz            |
| Wareneinsatz                                                                                                                          | 30 bis 50 % vom Warenumsatz |
| Telefon und Internet                                                                                                                  | 150 bis 200 €               |
| Portokosten                                                                                                                           | ab 150 €                    |
| Versicherung                                                                                                                          | 250 bis 280 €               |
| Kfz                                                                                                                                   | 2,5 % vom Umsatz            |
| Bürobedarf                                                                                                                            | 0,5 % vom Umsatz            |

Tab. 2 Kostenarten Quelle: <http://www.dssv.de/index.php?id=5> (Stand 16.06.11)

Die aufgeführten Werte sind Anhaltspunkte, die je nach Art des Vereins oder auch der Ausrichtung des Studios variieren. Bezüglich der Werbungskosten wird insbe-

sondere bei Neueröffnung empfohlen, diese großzügig zu gestalten, da die Werbung für die Gewinnung neuer Mitglieder am Anfang unerlässlich ist.

| Kostenrichtwerte in Prozent vom Nettoumsatz                                                                                          | maximal     | optimal |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------|
| Personalkosten                                                                                                                       | 38 %        | 35 %    |
| Raumkosten                                                                                                                           | 18 bis 20 % | 16 %    |
| Kapitaldienst                                                                                                                        | 9 %         | 7 %     |
| Werbungskosten                                                                                                                       | 6 %         | 5 %     |
| Sonstige Kosten (Ausbildungs-, Fortbildungskosten, Rechts- und Unternehmensberatung, Kosten für Bewirtung und Berufsbekleidung etc.) | 6%          | 5%      |

Tab. 3 Kostenrichtwerte Quelle: <http://www.dssv.de/index.php?id=5> (Stand 16.06.11)



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb



## 7.2 Finanzierungsinstrumente

Im Folgenden werden verschiedene Finanzierungsinstrumente vorgestellt. Vor der Auswahl der Finanzierungsinstrumente sollte ein Finanzierungsplan erstellt werden.

### 7.2.1 Finanzierungsplan

Der Finanzierungsplan gibt darüber Auskunft, aus welchen Quellen die Finanzmittel kommen. Ein Finanzplan kann erst aufgestellt werden, wenn die Investitionen feststehen. In der Regel wird er zusammen mit der Hausbank erstellt. Das Muster eines Finanzierungsplans könnte folgendermaßen aussehen:

| Eigenkapital                                         | Euro |
|------------------------------------------------------|------|
| Barmittel                                            |      |
| Sacheinlagen und Eigenleistungen (aktivierungsfähig) |      |
| Umlagen, Sonderzahlungen                             |      |
| Privatdarlehen, Spenden, Baumittel etc.              |      |
| Summe                                                |      |
| Fremdkapital                                         | Euro |
| Hausbankkredit                                       |      |
| Bürgschaft                                           |      |
| Darlehen oder Anleihe                                |      |
| Öffentliche Fördermittel                             |      |
| Sonstige Fördermittel                                |      |
| Summe                                                |      |

Tab. 4 Finanzierungsplan Beispiel

Aus Gesprächen mit Studioleiterinnen und -leitern von vereinseigenen Fitness-Studios wurde deutlich, dass die Akquise von Fremdkapital nicht leicht ist. In den meisten Fällen wurde das Projekt „Fitness-Studio“ mit Eigenkapital finanziert. Einigen Vereinen standen Mittel aus abgelaufenen Finanzgeschäften zur Verfügung, die für den Bau verwendet werden konnten.

### 7.2.2 Finanzierungsmöglichkeiten

Es gibt verschiedene Finanzierungsmöglichkeiten, die sich für den sportlichen Bereich eignen. Im Allgemeinen sind unter Finanzierung alle Aktivitäten der Kapitalbeschaffung zu verstehen.

Man unterscheidet zum einen in Eigen- und Fremdfinanzierung. Bei der Eigenfinanzierung sind Eigenkapital Mittel, die dem Unternehmen zufließen, dazu zählen Einnahmen und Gewinne. Fremdkapital hingegen sind Mittel, die von unternehmensfremden Kapitalgebern zur Verfügung gestellt werden. Für diese sind Zinsen zu zahlen und es besteht eine Pflicht zur Zurückzahlung.

Zum anderen unterscheidet man zwischen Innen- und Außenfinanzierung. Bei der Innenfinanzierung kann das Kapital innerhalb des Unternehmens bereitgestellt werden. Zum einen erhält man Mittel durch die offenen und versteckten Gewinne (stille Reserven) aus betrieblichen Leistungs- und Umsatzprozessen, zum anderen können Beiträge verwendet werden, die erst zu einem späteren Zeitpunkt ausgegeben werden sollen (Kapitalfreisetzung). Bei der Außenfinanzierung wird dem Unternehmen Kapital von außen zugeführt.

Bei den verschiedenen Finanzierungsinstrumenten können qualitative und quantitative Aspekte unterschieden werden. Über diese Punkte sollte sich der Verein bei der Erstellung des Finanzierungsplans Gedanken machen, denn von ihnen hängen die jeweiligen Finanzierungsinstrumente ab.

#### 1. Quantitative Aspekte

- | Finanzierungsvolumen
- | Finanzierungskosten: Zins- und Tilgungszahlungen

#### 2. Qualitative Aspekte

- | Finanzierungsrisiko: Das unternehmerische Risiko wird durch Haftungsbegrenzungen oder Risikoreduzierungsmaßnahmen unterschiedlich verteilt.
- | Finanzielle Flexibilität: Liquidität sollte stets gewährleistet sein.
- | gesetzliche und steuerliche Aspekte sowie Förderregelungen

Die Finanzierung hängt immer von den Möglichkeiten des Vereins, aber auch von der Qualität der Beratung ab. Es ist daher sinnvoll, sich eine Finanzberaterin, einen Finanzberater des Vertrauens zu suchen.

Informationen:

- | Allgemeine Informationen halten die Hausbanken, Finanzberater und Unternehmensberatungen sowie die Verbraucherzentrale und das Internet vor.
- | Praxisbeispiele und viele brauchbare Informationen: Finanzierung von Sport- und Freizeitanlagen – von G. Vornholz, erschienen 2005 im Hofmann Verlag (Schorndorf)

# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 7.3 Förderprogramme

Bei Förderprogrammen ist das Finanzierungsvolumen durch bestimmte Regelungen begrenzt. Es lohnt sich in jedem Fall, Informationen zu möglichen Fördermitteln einzuholen, denn mittlerweile gibt es zahlreiche Anlaufstellen und vielfältige Möglichkeiten.

Eine Möglichkeit ist die Förderung durch die Landessportbünde/-verbände. Diese Bezuschussung ist je nach Bundesland an besondere Bestimmungen gebunden. In den meisten Fällen muss der Antrag vom Gesamtverein gestellt werden, einzelne Abteilungen sind dazu nicht befugt. Einige Sportbünde/-verbände verlangen eine Mindestmitgliederzahl, andere fördern nur ab einer bestimmten Investitionsmenge. In der Regel müssen die Anträge vor Baubeginn eingereicht werden.

Bezuschusst werden in der Regel:

- | **Allgemeiner Sportstättenbau: Neubau, Erweiterung, Modernisierung**
- | **Instandsetzung**
- | **Maßnahmen, die unmittelbar der Sportausübung dienen**
- | **sanitäre Einrichtungen**
- | **Geschäfts- und Schulungsräumlichkeiten**

In der folgenden Übersicht sind die entsprechenden Kontaktdaten der jeweiligen Landessportbünde/-verbände aufgeführt, die Informationen zu Fördermöglichkeiten geben.

Informationen:

1. Landessportverband Baden-Württemberg  
Tel: 0711/28 07 78 50  
E-Mail: [info@lsvbw.de](mailto:info@lsvbw.de)  
Internet: [www.lsvbw.de](http://www.lsvbw.de)
2. Bayerischer Landes-Sportverband  
Tel: 089/15 70 2 0  
E-Mail: [info@blsv.de](mailto:info@blsv.de)  
Internet: [www.blsv.de](http://www.blsv.de)
3. Landessportbund Berlin  
Tel: 030/30 00 2 0  
E-Mail: [info@lsb-berlin.de](mailto:info@lsb-berlin.de)  
Internet: [www.lsb-berlin.de](http://www.lsb-berlin.de)
4. Landessportbund Brandenburg  
Tel: 0331/97 19 8-0  
E-Mail: [info@lsb-brandenburg.de](mailto:info@lsb-brandenburg.de)  
Internet: [www.lsb-brandenburg.de](http://www.lsb-brandenburg.de)
5. Landessportbund Bremen  
Tel: 0421/79 28 7 0  
E-Mail: [info@lsb-bremen.de](mailto:info@lsb-bremen.de)  
Internet: [www.lsb-bremen.de](http://www.lsb-bremen.de)
6. Hamburger Sportbund  
Tel: 040/41 90 8 0  
E-Mail: [hsb@hamburger-sportbund.de](mailto:hsb@hamburger-sportbund.de)  
Internet: [www.hamburger-sportbund.de](http://www.hamburger-sportbund.de)
7. Landessportbund Hessen  
Tel: 069/67 89 0  
E-Mail: [info@lsbh.de](mailto:info@lsbh.de)  
Internet: [www.sport-in-hessen.de](http://www.sport-in-hessen.de)

8. Landessportbund Mecklenburg-Vorpommern  
Tel: 0385/76 17 6-0  
E-Mail: [info@lsb-mv.de](mailto:info@lsb-mv.de)  
Internet: [www.lsb-mv.de](http://www.lsb-mv.de)
9. Landessportbund Niedersachsen  
Tel: 0511/16 28 0  
E-Mail: [info@lsb-niedersachsen.de](mailto:info@lsb-niedersachsen.de)  
Internet: [www.lsb-niedersachsen.de](http://www.lsb-niedersachsen.de)
10. Landessportbund Nordrhein-Westfalen  
Tel: 0203/73 81 0  
E-Mail: [info@lsb-nrw.de](mailto:info@lsb-nrw.de)  
Internet: [www.lsb-nrw.de](http://www.lsb-nrw.de)
11. Landessportbund Rheinland-Pfalz  
Tel: 06131/28 14 0  
E-Mail: [pressestelle@lsb-rlp.de](mailto:pressestelle@lsb-rlp.de)  
Internet: [www.lsb-rlp.de](http://www.lsb-rlp.de)
12. Landessportverband für das Saarland  
Tel: 0681/38 79 137  
E-Mail: [info@lsvs.de](mailto:info@lsvs.de)  
Internet: [www.lsvs.de](http://www.lsvs.de)
13. Landessportbund Sachsen  
Tel: 0341/21 63 10  
E-Mail: [lsb@sport-fuer-sachsen.de](mailto:lsb@sport-fuer-sachsen.de)  
Internet: [www.sport-fuer-sachsen.de](http://www.sport-fuer-sachsen.de)
14. Landessportbund Sachsen-Anhalt  
Telefon: 0391/25 60 10 6  
E-Mail: [info@lsb-sachsen-anhalt.de](mailto:info@lsb-sachsen-anhalt.de)  
Internet: [www.lsb-sachsen-anhalt.de](http://www.lsb-sachsen-anhalt.de)
15. Landessportbund Schleswig-Holstein  
Tel: 0431/64 86 0  
E-Mail: [info@lsv-sh.de](mailto:info@lsv-sh.de)  
Internet: [www.lsv-sh.de](http://www.lsv-sh.de)

16. Landessportbund Thüringen  
Tel: 03 61 / 3 40 54 0  
E-Mail: [lsb@thueringen-sport.de](mailto:lsb@thueringen-sport.de)  
Internet: [www.thueringen-sport.de](http://www.thueringen-sport.de)

## 7.4 Steuerrechtliche Hinweise

Da das Feld der steuerrechtlichen Angelegenheiten sehr weitläufig ist, wird die Unterstützung durch ein Steuerbüro, das sich mit gemeinnützigen Vereinen auskennt, empfohlen.

Ebenso ist es hilfreich bei den jeweiligen Finanzämtern anzufragen, oftmals geben diese Broschüren mit wertvollen Tipps heraus.

Die Finanzministerien der jeweiligen Bundesländer haben im Internet Broschüren und Merkblätter zum Herunterladen bereit gestellt.

Informationen:

Bundesministerium der Finanzen (BMF)  
Tel: 030/18 68 20 | Fax: 030/18 68 23 26 0  
E-Mail: [poststelle@bmf.bund.de](mailto:poststelle@bmf.bund.de)  
Internet: [www.bundesfinanzministerium.de](http://www.bundesfinanzministerium.de)

# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

8 | Kooperationsmöglichkeiten





# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 8. Kooperationsmöglichkeiten

Die Zusammenarbeit zwischen vereinseigenen Fitness-Studios und anderen Einrichtungen hat in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen. Ein bevorzugter Kooperationspartner sind dabei der Gesundheitssektor sowie die Bereiche Firmen- und Kinderfitness.

### 8.1 Kooperationen im Gesundheitssektor

Das Thema Gesundheit ist für vereinseigene Fitness-Studios ein interessantes Tätigkeitsfeld. In diesem Bereich bieten sich Kooperationen mit Krankenkassen (sowohl in der Rehabilitation als auch in der Prävention), Kliniken, Physiotherapieeinrichtungen und Arztpraxen an.

#### 8.1.1 Krankenkassen

Es gibt verschiedene Möglichkeiten mit Krankenkassen zu kooperieren. Zum einen können Krankenkassen als Sponsoren oder Partner bei Gesundheitstagen oder Informationstagen auftreten. Zum anderen lassen sich auch in den Bereichen Prävention und Rehabilitation Formen der Zusammenarbeit finden. Hierfür gibt es genaue Richtlinien, die jeweils im Leitfaden Prävention wie auch in der Rahmenvereinbarung über den Rehabilitationssport und das Funktionstraining festgehalten sind.

##### 1. Prävention

Angebote zur Prävention gewinnen aufgrund der Umstrukturierung des Gesundheitssystems zunehmend an Bedeutung, auch in Fitness-Studios. Dabei muss jedoch beachtet werden, dass „die Übernahme bzw. Bezuschussung von Mitgliedschaftsbeiträgen in Sportvereinen, Fitness-Studios und ähnlichen Einrichtungen sowie

die Gewährung finanzieller Anreize nach § 20 SGB V“ durch die Krankenkassen nicht zulässig ist (vgl. Leitfaden Prävention, 2010). Es besteht jedoch die Möglichkeit, Kursgebühren, die zusätzlich zu den Mitgliedsbeiträgen anfallen, von den Krankenkassen bezuschussen zu lassen. Die Bedingungen, welche diese Kurse erfüllen müssen, sind im Leitfaden Prävention des GKV-Spitzenverbandes gelistet.



Für die Anerkennung von Kursangeboten, die nicht von Personen mit einer sportbezogenen Berufsausbildung angeleitet werden, ist das Qualitätssiegel SPORT PRO GESUNDHEIT nötig. Das Qualitätssiegel SPORT PRO GESUNDHEIT wurde noch vom Deutschen Sportbund in Zusammenarbeit mit der Bundesärztekammer entwickelt und wird seit dem Jahr 2000 bundesweit erfolgreich in den Vereinen umgesetzt.

Das Qualitätssiegel schließt als Dachmarke gleichberechtigt die Qualitätssiegel „Pluspunkt Gesundheit“ des Deutschen Turner-Bundes und „Gesund & fit im Wasser“ des Deutschen Schwimm-Verbandes mit ein. Vereine und vereinseigene Fitness-Studios, die gesundheitsorientierte Kurse anbieten, können das Qualitätssiegel SPORT PRO GESUNDHEIT für ihre Angebote erwerben. Die mit dem Siegel ausgezeichneten Vereinsangebote stehen für eine hohe Qualität und müssen bundesweit einheitliche

Qualitätskriterien erfüllen. Diese finden Vereine unter [www.sportprogesundheit.de](http://www.sportprogesundheit.de). Krankenkassen können zertifizierte SPORT PRO GESUNDHEIT-Angebote zum Teil als qualifizierte Maßnahme zur Primärprävention im Handlungsfeld Bewegung anerkennen und diese mit bis zu 80 Prozent der Teilnahmegebühr bezuschussen.

##### Informationen:

Deutscher Olympischer SportBund (DOSB)  
Tel: 069/67 00 298 | Fax: 069/ 67 00 1298  
E-Mail: [dietrich@dosb.de](mailto:dietrich@dosb.de)  
[www.dosb.de](http://www.dosb.de) oder [www.sportprogesundheit.de](http://www.sportprogesundheit.de)

## 2. Rehabilitation

Eine andere Möglichkeit der Zusammenarbeit mit Krankenkassen bietet der Rehabilitationssport. Im Unterschied zu Präventionsleistungen handelt es sich beim Rehabilitationssport um ergänzende Leistungen zur Rehabilitation, die von den Krankenkassen gemäß § 43 Abs. 1 Satz 1 SGB V in Verbindung mit § 44 Abs. 1 Nr. 3 SGB IX bewilligt werden müssen. Grundlage ist vor allem § 44 Abs. 1, 3; darin ist der „ärztlich verordnete Rehabilitationssport in Gruppen“ verankert.

Um eine einheitliche Leistungserbringung zu sichern, haben die Verbände der Rehabilitationsträger mit den Verbänden des Rehabilitationssports (der organisierte Sport wird hier durch den Deutschen Behindertensportverband vertreten) auf der Ebene der Bundesarbeitsgemeinschaft für Rehabilitation (BAR) die „Rahmenvereinbarung über den Rehabilitationssport und das Funktionstraining“ geschlossen.

Der Rehabilitationssport selbst wird vom Arzt verordnet. Er umfasst in der Regel 50 Übungseinheiten in einem

Zeitraum von 18 Monaten. Der Rehabilitationssport muss in einer Gruppe mit max. 15 Teilnehmern durchgeführt werden. Dabei darf er nicht als Gerätetraining angeboten werden. Ausnahme ist das Ergometertraining in Herzsportgruppen. Genaue Informationen zu der Rahmenvereinbarung des Rehabilitationssports finden Vereine im Internet.

##### Informationen:

Deutscher Behindertensportverband e.V. (DBS)  
Tel: 02234/60 00 0 | Fax: 02234/60 00 150  
E-Mail: [dbs@dbs-npc.de](mailto:dbs@dbs-npc.de)  
Internet: [www.dbs-npc.de](http://www.dbs-npc.de)

Unter folgendem Link kann man die aktuellen Rahmenvereinbarungen zum Rehabilitationssport als pdf-Dokument herunterladen:  
[www.dbs-npc.de/ourfiles/datein/woelk/Neue\\_Fassung\\_zum\\_01\\_Januar\\_2011.pdf](http://www.dbs-npc.de/ourfiles/datein/woelk/Neue_Fassung_zum_01_Januar_2011.pdf)

Für Fitness-Studios ist der Rehabilitationssport aus folgenden Gründen interessant: Zum einen kann generell ein neuer Kundenkreis erschlossen werden, zum anderen wird zukünftig die Zahl derjenigen Menschen steigen, die Interesse an ihrer eigenen Gesundheit haben und ihre physische Leistungsfähigkeit auch nach den verordneten Übungseinheiten weiterhin gezielt verbessern möchten.

## 3. Bonus-Programme

Für Fitness-Studios sind neben den beiden oben genannten Bereichen noch die Bonus-Programm-Aktionen der Krankenkassen von Bedeutung. Hierbei kann die Kasse dem Versicherten Bonus-Leistungen gewähren, beispielsweise in Form einer Beitragsrückerstattung oder einer Sonderprämie. Die Versicherten müssen dafür bestimmte

# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

Voraussetzungen erfüllen und einen Nachweis erbringen. Studien zeigen, dass Teilnehmerinnen und Teilnehmer an Bonusprogrammen seltener eine medizinische Behandlung in Anspruch nehmen – folglich sind diese Programme sowohl für die Krankenkassen als auch für die Versicherten von hohem Nutzen.

## 8.1.2 Kliniken, Arztpraxen und Physiotherapieeinrichtungen

Für Studios, die zahlreiche Angebote im Bereich Prävention und Rehabilitation haben oder sich auf die Rehabilitations-Nachsorge, z. B. nach klinischen Rehabilitations-Maßnahmen, spezialisieren, bieten sich Möglichkeiten in der Kooperation mit Kliniken, die für ihre Patientinnen und Patienten eine Weiterführung der Betreuung suchen. Auch Kooperationen für bestimmte Patientengruppen (z. B. Diabetes, Adipositas) bieten sich hier an.

Nicht nur für Patientinnen und Patienten, sondern auch für das Pflegepersonal von Kliniken, das selbst oft an Rückenproblemen leidet, bieten sich hier Kooperationen in Form von Angeboten und Kostenvergünstigungen zwischen dem vereinseigenen Fitness-Studio und einer Klinik an.

Im Rahmen des Rehabilitationssports im Fitness-Studio sind mehrere Vereine in den letzten Jahren eine Zusammenarbeit mit Arztpraxen und Physiotherapieeinrichtungen eingegangen. Dies bietet den Vorteil, dass die Patientinnen und Patienten gleich an entsprechende Studios vermitteln werden können.

## 8.2 Fitness für Firmenangehörige

Das Thema Gesundheitsförderung in Firmen rückt in den letzten Jahren immer mehr in den Fokus. Firmen erkennen, dass das wichtigste Kapital gesunde und leistungsfähige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind. Dementsprechend wollen Firmen ihnen die Möglichkeit bieten, sich fit zu halten. Bei einer Kooperation versucht das Studio, speziell Firmen und deren Personal als Mitglieder zu gewinnen. In der Regel handelt es sich dabei um kleinere Firmen aus dem Umkreis, die im Betrieb kein eigenes Fitnessprogramm anbieten.

Um diesen Kundenkreis anzusprechen, bedarf es eines speziellen Marketings. Qualität steht bei Firmen meist an vorderster Stelle und das Fitness-Studio sollte sich entsprechend präsentieren können. Höflichkeit, fachsportliche Kompetenz und Trainingserfahrung sind die meistgenannten Fähigkeiten, die Firmenangehörigen bei den Trainerinnen und Trainern voraussetzen.

Hierbei ist wichtig, sich zunächst über Firmen, die Wert auf Gesundheitsförderung legen und im näheren Umkreis des Studios angesiedelt sind, zu informieren und sie zu einer Informationsveranstaltung einzuladen. Möglicherweise kann für diese Mitgliedssparte auch ein spezielles Angebot, sowohl inhaltlicher als auch finanzieller (z. B. Kostenvergünstigung ab einer bestimmten Anzahl von Firmenangehörigen) Art ausgearbeitet werden.

Firmenangehörige kommen in der Regel in den Abendstunden ins Studio und haben meist nicht viel Zeit. Anbieten würde sich hierbei ein Gruppen- oder Zirkeltraining, bei dem gleich mehrere Personen unter Anleitung trainieren können.

Der Gesetzgeber hat für Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber die Möglichkeit geschaffen, steuer- und sozialversicherungsfreie Zuschüsse für ihr Personal bei Maßnahmen der Gesundheitsförderung zu gewähren. Allerdings

dürfen keine Mitgliedsbeiträge für eine Studiomitgliedschaft bezuschusst werden.

## 8.3 Gerätegestütztes Fitnesstraining für Kinder und Jugendliche

Umfragen haben ergeben, dass einige vereinseigene Fitness-Studios Kooperationen mit Schulen, speziell mit weiterführenden Schulen, eingehen. Dabei handelt es sich um Fitnessprogramme für Kinder und Jugendliche, die in den USA seit einigen Jahren sehr gut angenommen werden.

In der heutigen Zeit sind Bewegung und aktives Sporttreiben im Kindesalter ein wichtiges Thema. Immer mehr Kinder und Jugendliche leiden unter Bewegungsangel, Muskelschwäche und Übergewicht, was auf die überwiegend sitzende Lebensweise zurückzuführen ist. Viele Kinder und Jugendliche haben mit dem Sportangebot, das sie aus der Schule kennen, unbefriedigende Erfahrungen gemacht. Sportangebote für Kinder und Jugendliche sind in den meisten Vereinen fest verankert, können aber auch ein Tätigkeitsfeld für Fitness-Studios sein. Im Studio können vor allem Trendsportarten oder Angebote, die bisher noch nicht im Verein vertreten sind, eingerichtet werden. Damit bietet sich eine gute Möglichkeit, nicht nur die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen zu erschließen, sondern auch deren Eltern für das Studioangebot zu gewinnen.

Fitnessprogramme für Kinder und Jugendliche im Cardio- und Kraftbereich haben verschiedene Ziele:

- ! **Risikofaktoren abschwächen**
- ! **Spaß bereiten**
- ! **Kindern und Jugendlichen zeigen, dass Bewegung und körperliche Anstrengung gut für die Gesundheit sind.**

Fitnesstraining für Kinder und Jugendliche sollte nur von speziell qualifizierten Personal durchgeführt werden.

Informationen:

Ausbildung im Bereich Kinder/Jugendfitness bietet an:

Bundesverband Deutscher Gewichtheber (BVPD):  
C-Trainer Gewichtheben  
(Zielgruppe Kinder/Jugendliche)  
Tel: 06224/97 51 10  
E-Mail: [info@bvdg-online.de](mailto:info@bvdg-online.de)  
Internet: [www.bvdg-online.de](http://www.bvdg-online.de)

Generell wird empfohlen, das Gerätetraining für Kinder und Jugendliche aus gesundheitlichen Gründen erst ab einem Alter von 14 Jahren anzubieten.

Den Einstieg in ein Fitnessangebot für Kinder und Jugendliche bietet eine Kooperation mit einer Schule oder ein spezielles Familienangebot.



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

9 | Qualitätssiegel SPORT PRO FITNESS





# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 9. Qualitätssiegel SPORT PRO FITNESS

Alle vereinseigenen Gesundheits- und Fitness-Studios haben seit Herbst 2008 die Möglichkeit, das Qualitätssiegel SPORT PRO FITNESS zu beantragen. Dieses Siegel wird bundesweit gemeinsam vom Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB), dem Deutschen Turner-Bund (DTB) und dem Bundesverband Deutscher Gewichtheber (BVDG) ausschließlich an Vereinsstudios vergeben. Der Antrag wird von einem Expertenteam bei einer Vorortbegehung geprüft.

### Qualitätskriterien

Der organisierte Sport verpflichtet sich mit SPORT PRO FITNESS zu einem hohen Qualitätsstandard. Zur Erlangung des Qualitätssiegels müssen Qualitätskriterien erfüllt werden. Diese beziehen sich auf folgende Bereiche:

- | Qualifikation des Leitungs- und Trainingspersonals
- | sportfachliche Betreuung
- | Geräteausstattung
- | räumliche Bedingungen
- | Service
- | Umweltkriterien
- | Erklärung gegen Medikamentenmissbrauch

Diese Qualitätskriterien werden mit Hilfe eines Punktesystems überprüft. In jedem Bereich muss eine Mindestpunktzahl erreicht werden. Wird die geforderte Punktzahl erreicht, wird das Qualitätssiegel erteilt. Das Logo enthält den Zusatz »Fitness- und Gesundheitsstudio im Sportverein«, um deutlich zu machen, dass es sich um ein gesundheitsförderndes Sportangebot in zertifizierten Studios von Sportvereinen handelt.

### Vorteile für Vereine

Vereine mit eigenem Gesundheits- und Fitness-Studio können sich auf dem Gesundheitsmarkt positionieren und durch ein unverwechselbares Profil ihre Marktposition sichern. Das Qualitätssiegel SPORT PRO FITNESS unterstützt sie dabei. Sie können sich damit auf dem großen Markt der Fitnessanbieter qualitativ absetzen. Denn ein mit dem Qualitätssiegel SPORT PRO FITNESS ausgezeichnetes Studio verfügt über Personal mit hoher Qualifizierung und hohem Serviceanspruch, beste Geräteausstattung und Hygienestandards. Dies und die gewachsenen Strukturen wie das Vereinsleben bilden die besten Voraussetzungen für eine längerfristige Bindung an das vereinseigene Studio.

Für den Verein bringt es eine Menge positiven Nutzen:

- | Marketinginstrument für Vereine
- | Profilierung der Vereine im Fitness- und Gesundheitsmarkt
- | Unterstützung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- | Erweiterung der Angebotspalette
- | bessere Argumente zur Mitgliedergewinnung
- | Plattform zum Erfahrungsaustausch

### Vorteile für Studionutzer

Das Qualitätssiegel SPORT PRO FITNESS bietet Gesundheits- und Fitnessinteressierten eine klare Orientierungshilfe auf dem Markt der zahlreichen Fitness-Studios. Die Kundinnen und Kunden stellen bestimmte Anforderungen an ein Gesundheits- und Fitness-Studio. Höchste Priorität hat dabei die Qualifikation des Personals. Danach rangieren Geräteausstattung sowie Hygieneaspekte. Diese Anforderungen prüft das bundesweite Qualitätssiegel SPORT PRO FITNESS.

Der Vorteil von Studios in Sportvereinen liegt darüber hinaus in der jahrzehntelang gewachsenen eigenen Struktur. Sportvereine bieten mehr als nur Sport, sie schaffen Geselligkeit und soziale Vernetzung.

Für den Fitnesstreibenden bieten sich folgende Vorteile:

- | hohe Qualifikation des Betreuungspersonals
- | regelmäßige Überprüfung des Qualitätsstandards alle zwei Jahre
- | kostengünstiges Angebot
- | hoher Geselligkeitswert
- | vielfältige Sportangebote



Informationen:

Beantragung des Siegels:

Wenn Sie das Qualitätssiegel SPORT PRO FITNESS beantragen möchten bzw. Interesse an weiteren Informationen haben, können Sie sich zum einen auf unserer Homepage [www.sportprofitness.de](http://www.sportprofitness.de) informieren und zum anderen sich an die folgenden Sportverbände wenden:

1. Deutscher Olympischer Sportbund  
Tel: 069/67 00 0  
E-Mail: [info@dosb.de](mailto:info@dosb.de)  
Internet: [www.sportprofitness.de](http://www.sportprofitness.de)
2. Bundesverband Deutscher Gewichtheber  
Tel: 06224/97 51 10  
E-Mail: [info@bvdg-online.de](mailto:info@bvdg-online.de)  
Internet: [www.bvdg-online.de](http://www.bvdg-online.de)
3. Deutscher Turner-Bund  
Tel: 069/67 801 0  
E-Mail: [hotline@dtb-online.de](mailto:hotline@dtb-online.de)  
Internet: [www.dtb-online.de](http://www.dtb-online.de)
4. Hamburger Sportbund  
Tel: 040/41 908 0  
E-Mail: [hsb@hamburger-sportbund.de](mailto:hsb@hamburger-sportbund.de)  
Internet: [www.hamburger-sportbund.de](http://www.hamburger-sportbund.de)
5. Landessportbund Hessen  
Tel: 069/67 89 0  
E-Mail: [info@lsbh.de](mailto:info@lsbh.de)  
Internet: [www.sport-in-hessen.de](http://www.sport-in-hessen.de)
6. Landessportbund Nordrhein-Westfalen  
Tel: 0203/73 81 0  
E-Mail: [info@lsb-nrw.de](mailto:info@lsb-nrw.de)  
Internet: [www.lsb-nrw.de](http://www.lsb-nrw.de)
7. Landessportverband Baden-Württemberg  
Tel: 0711/28 07 78 50  
E-Mail: [info@lsvbw.de](mailto:info@lsvbw.de)  
Internet: [www.lsvbw.de](http://www.lsvbw.de)

# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 10. Schlussbemerkung

Die Einrichtung eines vereinseigenen Fitness-Studios stellt für einen Sportverein eine herausfordernde Aufgabe dar. Eine ausführliche Planung mit Hilfe von Expertinnen und Experten ist hierzu unerlässlich. Dabei sollten nicht nur die Finanzierung und der Bau detailliert durchdacht werden, sondern auch der tägliche Betrieb. Erst im täglichen Betrieb entscheidet sich, ob das Fitness-Studio eine Erfolgsgeschichte wird. Viele Vereine, die diesen Schritt schon gegangen sind, stehen inzwischen vor der Herausforderung der Erweiterung, weil die Räumlichkeiten nicht mehr ausreichen. Auch hier sollte in Ruhe und im Detail die weitere Vorgehensweise geplant werden.

Der Fitnessmarkt unterliegt einem ständigen Wandel. Nicht jeder Trend muss aufgenommen werden. Die Verantwortlichen sollten sich aber regelmäßig über aktuelle Entwicklungen informieren oder informieren lassen. Von Vorteil ist es auch, sich ein spezielles Profil zu geben. Dabei sollte ausreichend Flexibilität vorhanden sein, um auch andere Trainingskonzepte durchführen zu können bzw. die eigenen anzupassen. Wichtig ist es, Kontakt zu anderen Vereinen aufzunehmen, die bereits diesen Weg gegangen sind, und sich dort wertvolle Tipps direkt aus

der Praxis zu holen. Vereine, die bereits ein qualitativ hochwertiges vereinseigenes Fitness- und Gesundheitsstudio vorweisen, sind unter [www.sportprofitness.de](http://www.sportprofitness.de) aufgelistet.

Wir wünschen allen, die den Bau eines vereinseigenen Fitness-Studios anstreben, für die Planung, die Realisierung sowie dem Betrieb des eigenen Studios viel Erfolg und hoffen, Sie mit diesem Leitfaden auf dem Weg dorthin unterstützen zu können.



# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

## 11. Literatur

- | Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen (DSSV) (Hrsg.) (2009): Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft. Daten, Zahlen, Fakten aus Europa und der Welt
- | Eckl, S. & Schabert, W. (2008): Sportverhaltensstudie Bad Oldeslohe In: Sport und Bewegung in Bad Oldeslohe – Abschlussbericht zur kommunalen Sportentwicklungsplanung.
- | GfK Bevölkerungsstrukturdaten (2008): online unter: [http://www.gfk-geomarketing.de/fileadmin/newsletter/pressemitteilung/bvsvd\\_2008.html](http://www.gfk-geomarketing.de/fileadmin/newsletter/pressemitteilung/bvsvd_2008.html). Stand 17.06.2011
- | Schlenz, P. & Maisenbacher, I. (2005). Praxishandbuch: Marketing für Fitness- und Freizeitanlagen. Health and Beauty. Karlsruhe.
- | Bundesinstitut für Sportwissenschaft (Hrsg.). (2000). Leitfaden für die Sportstättenentwicklungsplanung. Band 103: Schriftenreihe des Bundesinstituts für Sportwissenschaft. Hofmann Verlag. Schorndorf.
- | Breuer, C. (Hrsg.). (2011). Sportentwicklungsbericht 2009/2010. Analyse zur Situation der Sportvereine in Deutschland. Sportverlag Strauß. Köln.
- | Breuer, C. & Thiel, A. (Hrsg.). (2005). Handbuch Sportmanagement. Band 149: Beiträge zur Lehre und Forschung der Leibeserziehung. Hofmann Verlag. Schorndorf.

- | Büsch, M.P., Thöni, E. & Kornexl, E. (Hrsg.). (2007). Effektivität und Effizienz öffentlicher Sportförderung (S.139-154). Band 8: Schriftenreihe des Arbeitskreises Sportökonomie e.V. Hofmann Verlag. Schorndorf.
- | Kamberovic, R., Fadda, G. & Meyer, M. (2007). Selbstständig in der Fitnesswirtschaft. Ratgeber für Existenzgründer und Studiotreiber. SSV Sportstudio Verlag. Hamburg.
- | Köhl, W. & Bach, L. (2006). Leitfaden für die Sportstättenentwicklungsplanung. Kommentar. Sportverlag Strauß. Köln.
- | Küpper, R. (2003). Selbstständig mit einem Fitness-Studio. interna Verlag. Bonn.
- | Nagel, S. (2006a). Verhaltensorientierte Sportstättenentwicklungsplanung anhand des BISp-Leitfadens – dargestellt am Beispiel der Kommune Rottenburg/Neckar. In: Thöni, E., Nagel, S. (2006b). Sportvereine im Wandel – Akteurtheoretische Analyse zur Entwicklung von Sportvereinen. Hofmann Verlag. Schorndorf.
- | Schlenz, P. & Maisenbacher, I. (2007). Praxishandbuch: Management für Fitness- und Freizeitanlagen. Health and Beauty. Karlsruhe.
- | Schimke, M. & Vieweg, K. (Hrsg.). (2004). Sportstätten - Finanzierung, Vermarktung, Vergaberechtliche Probleme. Band 32: Recht und Sport. Boorberg Verlag. Stuttgart.

- | Thiel, A., Meier, H. & Cachay, K. (2006). Hauptberuflichkeit im Sportverein. Voraussetzungen und Hindernisse. Hofmann Verlag. Schorndorf.
- | Vornholz, G. (2005). Finanzierung von Sport und Freizeitanlagen. Band 151: Beiträge zur Lehre und Forschung der Leibeserziehung. Hofmann Verlag. Schorndorf.

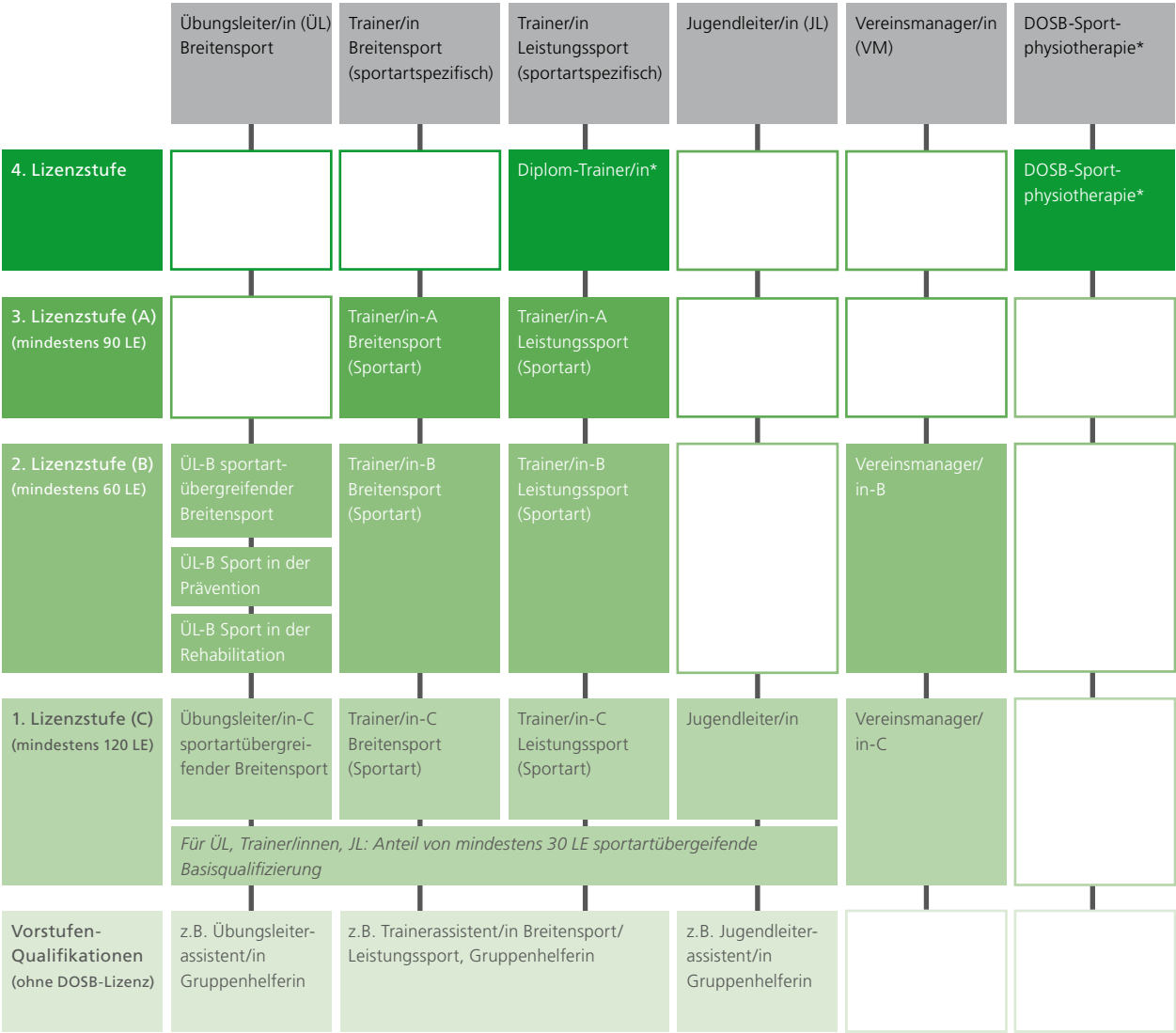


# Das Fitness-Studio im Sportverein

Planung – Realisierung – Betrieb

Anlage  
Strukturschema des DOSB-Qualifizierungssystems

Strukturschema des DOSB-Qualifizierungssystems



Eine Lerneinheit (LE) umfasst 45 Minuten.

\* Für diese Ausbildungsgänge gelten spezielle Vorgaben.

Diese Publikation wurde Ihnen überreicht durch: