



Grosses Engagement, begrenztes Interesse

Viele Fitness-, Tanz- und Yogastudios bieten online Videos oder Live-Unterricht an. Doch erreichen sie damit ihre Kundschaft?



Instruktorin Nadja Toscan unterrichtet mittels einer Livetanzstunde.

Bilder: Boris Bürgisser (Emmenbrücke, 25. Februar 2021)

Sandra Peter

Viele Fitness, Tanz- und Yogastudios bieten in der Coronakrise Alternativen zum Training im Studio an, auch in der Zentralschweiz. Doch nur ein Teil der Kundschaft nutzt die Angebote.

Das Colorz Dancestudio in Emmen zählt aktuell rund 80 Kinder und 80 Erwachsene zu seinen Kunden – 25 weniger als noch im letzten Semester. Während die Kinderkurse im zweiten Lockdown weitergeführt werden dürfen, musste die Schule im Dezember 2020 für die Erwachsenen erneut schliessen. Als Alternative setzt die Schule auf Live-Unterricht via Zoom oder Insta-

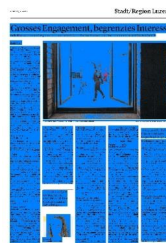
gram und Video-Tutorials.

Die Reaktionen auf das Online-Angebot fielen unterschiedlich aus. Nadja Toscan, Instruktorin und Medienverantwortliche, sagt: «Einige wollen erst wieder ein Abo lösen, wenn sie ins Studio können. Andere sagten, Mitmachen via Handy sei nichts für sie, kündnen das Abo aus Solidarität uns gegenüber aber nicht.» Und dann gebe es noch die Gruppe hoch motivierter Schülerinnen, die froh seien, dass sie wenigstens online weiter tanzen können. Die Teilnehmerzahlen beim Live-Unterricht seien über die Wochen dennoch gesunken, erklärt die Tanzlehrerin. «In einer Klasse mit normalerweise 18 Leuten mach-

ten zunächst noch etwa 15 mit. Irgendwann waren es dann noch 8 oder sogar weniger.» In den Fasnachtsferien hat die Tanzschule eine Umfrage durchgeführt, welches Online-Angebot bevorzugt wird. «Instagram-Live-Classes» haben dabei das Rennen gemacht.

Grosser Effort für das Online-Angebot

Unterrichten per Livestream verlangt den Lehrern einiges ab. Die Colorz-Instruktorin erklärt: «Es ist mental und körperlich anstrengender.» Sie erhalte kein direktes Feedback und kommuniziere mehr über die Sprache als sonst. «Und ich kann nicht einfach mal zu-



schaufen und korrigieren, was nicht klappt.» Für den Lehrer sei es aufwendiger und gleichzeitig müsse man als Schüler Abstriche machen.

Auch der Aufwand für sogenannte Tutorials ist hoch. Für ein vom Team selber produziertes Video von 30 Minuten fallen inklusive Vorbereitung, Filmen und Videoschnitt drei bis vier Stunden Arbeit an. Dafür gibt es im Vergleich zur Live-Klasse keine Verbindungsprobleme oder Verzögerungen von Bild und Ton und die Schüler können sie zeitlich flexibel nutzen. Mit den Alternativ-Angeboten liessen sich die Tänzerinnen zwar eher halten, kaum aber neue hinzu gewinnen. Toscan bilanziert: «Aus finanzieller Sicht rentiert das nicht, Aufwand und Ertrag stehen in keinem Verhältnis.» Livestreams und Videos seien ganz klar eine Zwischenlösung.

Weniger Kurse im Hochschulsport als sonst üblich

Nicht nur das Tanzstudio, auch der Hochschulsport registriert weniger Teilnehmer. Der Hochschulsport Campus Luzern (HSCL) bietet Kurse für Studierende und Mitarbeiter der drei Luzerner Hochschulen an und zählt rund 16 000 Mitglieder. Mittlerweile finden wöchentlich 29 Trainings in 13 verschiedenen Sportarten statt, darunter Zumba oder Klettern-Krafttraining. In laufendem Jahr haben bisher über 1800 Sportwillige die Zoom-Lektionen besucht, wie Benedikt Nann, stellvertretender Leiter Hochschulsport der Universität Luzern, erklärt.

2019, im letzten Jahr vor der Pandemie, registrierte der HSCL über 63 000 Besuche über alle geleiteten Angebote hinweg. Nicht enthalten sind darin selbstständige Besuche im Fitnessraum. Nann bilanziert: «Wenn die Gesamtzahl verglichen wird, haben wir natürlich deutlich weniger Teilnehmende, da auch das Gesamtangebot

stark eingeschränkt ist.» Bei den aktuell beliebtesten Online-Angeboten wie etwa Pilates seien jedoch pro Lektion teils mehr Teilnehmer dabei, als in einem Raum möglich wären. «Es wurde bereits mehrmals gewünscht, dass der HSCL in Zukunft, auch wenn wieder ein physisches Sportangebot möglich ist, einige Zoom-Trainings im Standardangebot weiterführen soll.»

Kieser Training führt Fitnesszentren mit eigens entwickelten Geräten, unter anderem in Luzern und Zug. Patrik Meier, Chief Operating Officer von Kieser Training, sagt: «Unsere Kunden wollen gezielt an einer bestimmten Maschine arbeiten, damit sie keine Schmerzen haben und ihrem Alltag nachgehen können.» Während der Coronakrise hat die Gruppe in der Zentralschweiz sechs bis zehn Prozent ihrer Kunden verloren. Dies sei im Vergleich zur Fitnessbranche moderat, durchschnittlich läge der Wert bei rund 20 Prozent. Für die verbliebenen Kunden bietet Kieser Training Videos mit Übungen und dazu Erklärungen auf PDF an. Zudem finden sich auf der Website und dem Youtube-Kanal Vorträge, Podcasts und Tipps zu Gesundheitsthemen. Die Firma betont, dass dies ein Kompromiss in der aktuellen Situation und keine Alternative zum Training an den Maschinen ist. Die Videos auf dem deutschsprachigen Kanal werden bis zu 27 000 Mal abgespielt. COO Meier ist jedoch bewusst: «Die Zugriffszahlen zeigen nicht, wie viel tatsächlich trainiert wird.» Aufschlussreich sei die Youtube-Statistik anderweitig: «Die Videos werden nur angesehen, wenn die Studios zu sind. Im März, während des ersten Lockdowns, hatten wir hohe Zugriffszahlen, sobald wir wieder öffneten, waren diese gleich null.» Am häufigsten aufgerufen wird das Video mit einer Übung für den unteren Rücken:

Etwa ein Viertel ist auf der

Online-Plattform angemeldet

Mit 14 Fitnessstudios in der Zentralschweiz, teilweise inklusive Wellnessbereich, und rund 23 000 Mitgliedern zählt die One Training Center AG zu den grossen Unternehmen in der Region. Zum Angebot gehört seit September 2018 auch eine Online-Trainingsplattform mit mittlerweile über 1000 Kursen verschiedener Sportarten. Die Plattform ist ein Produkt des Migros Genossenschafts-Bundes und weist aktuell rund 6000 Nutzer auf. «Die Erfahrungen der letzten Monate haben gezeigt, dass onetraining@home sehr beliebt ist und häufig genutzt wird», schreibt die Genossenschaft Migros Luzern auf Anfrage.

Genauere statistische Angaben, etwa wie oft pro Woche ein einzelnes Mitglied auf die Videos zugreift oder die Altersstruktur der Nutzer, gibt die Migros nicht bekannt. Wer die Videos für die Plattform mit welchem Budget produziert oder wie viele Mitarbeitende für den Unterhalt der Website im Einsatz stehen, bleibt ebenfalls offen.

Der gemeinsame Tee ist nicht zu ersetzen

Bewusst auf Live-Lektionen verzichtet das Yogastudio Fayo in der Stadt Luzern. Von den 2600 Kunden praktizieren 600 Stammkunden regelmässig mit Fayo. Fábia Zutt, Inhaberin des Unternehmens und Yogalehrerin, sagt: «Wir wollten diese spezielle Zeit nutzen, um etwas Nachhaltiges auf die Beine zu stellen.» Denn ihr Kerngeschäft sei das ganzheitliche Yoga, dazu zählen etwa ein gemeinsamer Tee und der Austausch nach der Lektion.

Das Team hat eine Plattform mit Videos, Texten und Anleitungen aufgebaut. So soll jeder flexibel Neues entdecken können. «Das Feedback von Stammkunden zeigt, dass sie das Angebot schätzen», erklärt Zutt. Einige



Videos wurden bisher um die 500-mal aufgerufen, für andere liegen die Zahlen im tieferen zweistelligen Bereich.

Die Plattform läuft auf Spendenbasis und soll nicht als Alternative, sondern Hilfe in besonderer Zeit und langfristig als Ergänzung dienen. «Die Leute spenden, wir sind jedoch fernab davon, alle Kosten zu decken», sagt Zutt. Und ergänzt: «Es ist unseres Erachtens nicht Aufgabe der Kunden, uns finanziell durch diese aussergewöhnliche Zeit zu bringen. Es braucht dafür Unterstützung des Staates.»

Hinsichtlich der Mietkosten wurde mit der Vermieterin eine gemeinsame Lösung gefunden. «Am schwierigsten ist es, mit der ständigen Ungewissheit umzugehen, so überhaupt etwas aufzugleisen», erklärt die Yogalehrerin. Gemäss dem Lockerungsplan des Bundesrates soll Sport in Innenräumen für Erwachsene ab dem 22. März wieder zugelassen sein, falls es die epidemiologische Lage erlaubt.

«Es ist nicht Aufgabe der Kunden, uns finanziell durch diese aussergewöhnliche Zeit zu bringen.»



Fábía Zutt
Yogastudio Fayo, Luzern

«Die gesundheitlichen Folgen werden uns länger beschäftigen»

Zukunftsperspektiven Es sei schwierig vorauszusagen, wie sich die Fitnessbranche nach Corona weiterentwickeln werde, erklären die angefragten Unternehmer. Einer von ihnen wagt dennoch einen Ausblick.

Patrik Meier, COO von Kieser Training, unterscheidet zwischen dem Fitness- und dem Gesundheitsbereich. Meier geht davon aus, dass der Fitnessbereich, bei dem der Spass- und Wellnessfaktor sowie das Aussehen eine grössere Rolle spiele, in den kommenden Jahren trotz der aktuell schwierigen Situation wachsen wird. Heute hätten rund 15 Prozent der Schweizer Gesamtbevölkerung ein Fitnessabo. «In den nächsten fünf bis zehn Jahren steigt der Anteil voraussichtlich auf 20 Prozent, getrieben auch von in den sozialen Medien präsentierten Idealbil-

dern.» Andere europäische Länder hätten diesen Anteil bereits erreicht oder übertroffen.

Weniger Muskeln, mehr Fett, geschwächter Herzkreislauf

Noch grösser schätzt Meier das Wachstum im Gesundheitsbereich ein. Dabei gehe es nicht um Schönheitsideale. Er erklärt: «Die aktuelle Situation verschärft gesundheitliche Probleme. Die Menschen bewegen sich generell zu wenig und zu wenig intensiv.» Deswegen nehme die Muskulatur ab, der Fettanteil steige, die Funktionsfähigkeit des Herzkreislaufsystems nehme ab und Beschwerden zu. «Die Folgen davon werden uns in den kommenden Jahren beschäftigen», ist der COO von Kieser Training überzeugt. «Die grosse Frage ist: Wie viele Leute kommen zurück, wenn wir wieder öffnen dürfen? Und wie viele sind unterdessen doch bei einem Arzt oder in der Physiotherapie statt im Training gelandet?» (spe)