Selbst bei Hundertjährigen sind die Muskeln noch trainierbar

Das Bewusstsein für einen gesunden Lebensstil und körperliche Fitness wächst nicht nur bei jungen Menschen, sondern auch in der älteren Bevölkerung. Heute wissen wir, dass Bewegung den Alterungsprozess verlangsamt, die Knochendichte verbessert, das Risiko von Krankheiten reduziert und die geistige Gesundheit fördert. Ältere Menschen erkennen zunehmend, dass es nie zu spät ist, mit einem Fitnessprogramm zu beginnen. „Jeder Mensch kann seine Muskelgesundheit stärken, und zwar in jedem Alter, selbst bei Hundertjährigen sind die Muskeln noch trainierbar» sagt Heike Bischoff-Ferrari, Chefärztin der Universitären Klinik für Altersmedizin am Stadtspital Zürich. So suchen ältere Menschen nach Angeboten, die ihren individuellen Bedürfnissen und Fähigkeiten entsprechen.

Trotzdem zeigt uns die aktuelle Datenerhebung der Schweizer Fitnesswirtschaft eine entgegenlaufende Tendenz: Erneut sind Mitglieder ab 40 Jahre im Vergleich zum Vorjahr weniger in den Centern vertreten und nur ein geringer Teil der Trainierenden gehören zur Altersgruppe 60 plus. Hier liegt ein grosses Potenzial für Center und Methodenanbieter, gerade ältere Mitglieder für ein Gesundheits- und Fitnesstraining zu gewinnen und sich dadurch stärker als Gesundheitsdienstleister zu etablieren und gleichzeitig die Rentabilität zu steigern.

Positives Kundenerlebnis für ältere Menschen bieten

Während wir viel thematisieren, wie man den Millennials ein hochwertiges Kundenerlebnis bieten kann, wird wenig über die Verbesserung des Kundenerlebnisses von älteren Menschen gesagt. Wie spricht man diese Zielgruppe erfolgreich an und hält sie als Kunden? Generell haben ältere Menschen spezifische Ansprüche an Sport- und Bewegungsangebote. Für sie sind sowohl die Erhaltung von Gesundheit, körperlicher und geistiger Selbstständigkeit wie auch der Kontakt mit anderen Menschen wichtige Motive der sportlichen Freizeitgestaltung. Die Zielgruppe der sogenannten Best Agers teilt sich gemäss Marketingexperten in die beiden Segmente 55 plus und 70 plus. Die Kunden dieser Segmente unterscheiden sich vor allem hinsichtlich ihrer körperlichen Einschränkungen. Beide Segmente haben hohe Ansprüche an Qualität und sind dafür weniger preissensitiv. Faktoren wie Sicherheit und Komfort gewinnen wesentlich an Bedeutung. Tendenziell lässt sich auch festhalten, dass viele ältere Menschen nicht gerne mit dem Wort Senioren bezeichnet werden, was für Angebotsausschreibungen und Werbemassnahmen von Bedeutung ist.

Die Herausforderungen für Fitnessanbieter

Eine der Hauptkriterien ist die Sicherheit im Training. Ältere Menschen haben möglicherweise gesundheitliche Einschränkungen wie Gelenkprobleme oder Herz-Kreislauf-Erkrankungen, die berücksichtigt werden müssen. Fitnessanbieter müssen daher qualifiziertes Personal haben, das über Wissen und die Erfahrung verfügt, um diese Zielgruppe angemessen zu betreuen. Zudem ist es wichtig, dass die angebotenen Aktivitäten vielfältig und altersgerecht sind, um die

Motivation und das Engagement dieser Kunden aufrechtzuerhalten. Bei älteren Menschen liegt der Fokus mehr auf dem Hier und Heute, also dem aktuellen Nutzen und der Lebensqualität.

Neben den physischen Vorteilen suchen Best Ager oft auch nach sozialer Interaktion und Gemeinschaft. Fitnessangebote für ältere Menschen können einen Rahmen bieten, um neue Menschen kennenzulernen und soziale Bindungen aufzubauen. Das soziale Element des Fitnesserlebnisses kann eine wichtige Rolle bei der Motivation und Kontinuität spielen.

Best Ager wünschen sich

- Die Lebensqualität zu erhöhen durch Gesundheit und Beweglichkeit
- Viel Freude durch Aktivitäten und sozialer Integration
- Selbstbestimmtheit und Unabhängigkeit zu Hause zu bewahren

Best Ager suchen

- Individuelle und fachkundige Beratung durch feste Ansprechpartner
- Angebote mit gutem Preis-Leistungsverhältnis bei gehobener Qualität
- Hochwertige, innovative und komfortable Dienstleistungen

Das Training in einer Gruppe oder mit Trainer weckt positive Emotionen

Eine wichtige Rolle bei der Ansprache und Bindung älterer Kunden kommt dem Trainer oder Kursleiter zu. Seine Aufgabe ist es, diese Zielgruppe motivierend zu unterstützen und anzuleiten. Die Trainingsgestaltung sollte insbesondere bei älteren Menschen die individuellen gesundheitlichen Voraussetzungen berücksichtigen. Qualifizierte Trainer können mit dieser Kundengruppe individuelle Trainingsstrategien mit realistischen Zielen entwickeln und vor allem eine extrinsische Motivation leisten. Denn der sozialen Komponente des Trainings mit einem Trainer oder in einer gleichgesinnten Gruppe ist eine wichtige Rolle zuzuschreiben. Die Integration in eine Gruppe und das Trainieren mit einem ausgebildeten Trainer weckt positive Emotionen und ist ein entscheidender Faktor für die Motivation und Kontinuität der Trainingsausübung. Zusammenfassend lässt sich im Umgang mit älteren Menschen festhalten:

- Kundenbeziehung sorgfältig aufbauen
- Trainer einsetzen, die auf Bewegungsangebote mit älteren Menschen weitergebildet sind
- Sorgfältige Abklärung und Beratungsgespräch vor Beginn des Trainings
- Mehr Ruhephasen einplanen

Fazit

Best Ager sind eine bedeutende und wachsende Zielgruppe für Fitnessangebote. Fitnessstudios und Methodenanbieter können spezielle Kurse für ältere Menschen anbieten, die auf deren Bedürfnisse zugeschnitten sind, wie zum Beispiel sanfte Bewegungskurse, Krafttraining mit leichten Gewichten oder Wassergymnastik. Durch die Anpassung von Angeboten, die Einhaltung der Sicherheit und das Schaffen eines sozialen Umfelds können Fitnessanbieter die Bedürfnisse dieser Zielgruppe erfüllen, einen wertvollen Beitrag zur Gesundheit und zum Wohlbefinden dieser Altersgruppe leisten und gleichzeitig ihr Geschäftspotenzial steigern.

Quellenangaben

– Zielgruppe Senioren 7 goldene Regeln für Seniorengerechtes Marketing Zugriff am 23.9.2023 https://www.wirtschaftswissen.de/unternehmensfuehrung/marketing/zielgruppe-senioren-7-goldene-regeln-fuer-seniorengerechtes-marketing/

– Verlust der Muskelmasse Tipps zur Prävention im Alter Zugriff am 23.9.2023 https://www.beobachter.ch/gesundheit/pravention/verlust-der-muskelmasse-tipps-zur-pravention-im-alter-525436

– Eckdaten der Schweizer Fitnesswirtschaft 2023

https://swissactive.ch/2023/06/20/ergebnisse-eckdaten-der-schweizer-fitnesswirtschaft-2023/

Dieser Artikel ist erschienen auf der Qualitop Homepage September 2023 und Fitness Tribune August 2024