



universität  
wien

# MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

## **Beweggründe zum Sporttreiben im Fitnessstudio**

Ein geschlechtsspezifischer Vergleich der Altersgruppe zwischen 30  
und 50 Jahren

Verfasserin

Caroline Köckeis

angestrebter akademischer Grad

**Magistra der Naturwissenschaften (Mag.rer.nat.)**

Wien, im März 2010

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 066 826

Matrikelnummer: A 0303807

Studienrichtung lt. Studienblatt: Sportwissenschaft

Betreuer: Univ.-Prof. Dr. Otmar Weiß

„Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig angefertigt, keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet und alle wörtlichen oder sinngemäßen Entlehnungen deutlich als solche gekennzeichnet habe.“

Datum: \_\_\_\_\_

Name: \_\_\_\_\_

## **Danksagung**

Im Zuge des Abschlusses meines Studiums möchte ich gerne die Gelegenheit nutzen, und mich bei den Menschen bedanken, die mich auf meinem Weg durch das Studium begleitet und unterstützt haben.

Zuallererst denke ich von ganzem Herzen an meinen bereits verstorbenen Großvater, Mag. jur. Gustav Mayerhofer, der mich von Anfang an dazu motiviert hat, mein Studium zu beginnen.

Ebenso möchte ich mich bei meinen Eltern und meinen Großeltern für ihre finanzielle und seelische Unterstützung während meiner Studienzeit bedanken.

Einen besonderen Dank möchte ich auch noch an meine Mutter richten, mit deren Unterstützung und Hilfe ich erfolgreich durch dieses Studium gelangt bin.

Mein besonderer Dank richtet sich speziell an Univ. Prof. Dr. Otmar Weiß und an seinen Assistenten Mag. Michael Methlagl für die hilfreiche Betreuung während der Erstellung der Arbeit.

## INHALTSVERZEICHNIS

1	Einleitung .....	3
2	Begriffserklärungen .....	5
2.1	Fitness .....	5
2.2	Fitnesssport .....	7
2.3	Fitnessstraining .....	8
2.4	Fitnessstudio.....	9
2.5	Beweggründe/ Motive.....	9
2.6	Motivation .....	11
3	Fitnessstudios .....	12
3.1	Geschichtliche Entwicklung des Fitnesssports und der Fitnessstudios .....	12
3.2	Allgemeine Charakteristika von Fitnessstudios .....	15
3.2.1	Strukturmerkmale von Fitnessstudios .....	17
3.2.2	Angebote und Besonderheiten von Fitnessstudios .....	18
4	Der Wertewandel in der Gesellschaft und seine Auswirkungen auf den Sport.....	22
5	Fitnesssport in Verbindung mit Geschlecht und Alter .....	25
5.1	Fitnesssport und Geschlecht.....	25
5.2	Sport und Alter.....	28
6	Beweggründe und Motivation im Sport.....	30
6.1	Grundlagen zur Motivation im Sport .....	30
6.1.1	Theoretische Ansätze zur Motivation .....	30
6.1.2	Klassifikation der Motive .....	32
6.1.3	Extrinsische und intrinsische Motivation im Sport.....	32
6.2	Beweggründe und Motive im Fitnesssport.....	34
6.3	Motivkomplexe sportlicher Aktivitäten.....	35
6.3.1	Gesundheit und Fitness.....	36
6.3.2	Ausgleich und Wohlbefinden .....	39
6.3.3	Leistung.....	42
6.3.4	Spaß und Freude an der Bewegung.....	44
6.3.5	Anschluss und Geselligkeit .....	45
6.3.6	Aussehen/ Ästhetik .....	46
7	Forschungskonzept.....	49

7.1	Der Fragebogen .....	49
7.2	Durchführung der Untersuchung.....	50
7.3	Fragestellungen und Hypothesen .....	50
7.4	Statistische Auswertung .....	52
7.4.1	Prüfung auf Unterschiede zwischen zwei Stichproben.....	53
8	Datenreduktion.....	55
8.1	Beweggründe und Zielsetzungen für das Training.....	57
9	Ergebnisdarstellung und Interpretation.....	61
9.1	Soziodemographische Daten .....	61
9.1.1	Geschlecht.....	61
9.1.2	Alter .....	62
9.1.3	Familienstand .....	63
9.1.4	Schul- beziehungsweise Berufsausbildung .....	64
9.1.5	Beruf/ Tätigkeitsbereich .....	66
9.1.6	Wichtigkeit der einzelnen Lebensbereiche .....	68
9.2	Bewegungsbiographie .....	73
9.3	Nutzung des Fitnessstudios .....	75
9.3.1	Trainingsgewohnheiten.....	76
9.3.2	Nutzung der verschiedenen Bereiche und Überprüfung der Hypothesen..	79
9.3.2.1	Herz-Kreislauftrainingsbereich .....	79
9.3.2.2	Gerätebereich .....	81
9.3.2.3	Aerobicsaal .....	82
9.3.2.4	Wellnessbereich .....	83
9.3.3	Wichtigkeit Training .....	85
9.3.4	Soziales Sportverhalten.....	87
9.3.5	Anfahrtsweg.....	88
9.4	Beweggründe und Zielsetzungen für das Training.....	89
9.4.1	Überprüfung der Hypothesen.....	98
9.5	Soziale Kontakte.....	103
10	Zusammenfassung und Schlusswort.....	107
11	Literaturverzeichnis .....	112
12	Tabellenverzeichnis.....	114
13	Abbildungsverzeichnis.....	115
	Anhang	

# 1 Einleitung

Das Training im Fitnessstudio scheint für viele Menschen immer wichtiger zu werden. Sporttreiben bringt viele positive Effekte mit sich und immer mehr Menschen wenden sich dem Training im Fitnessclub zu.

Dietrich, Heinemann und Schubert (1990, S.7) betonen, dass der Markt der privaten Sportanbieter vor allem in den letzten Jahren eine dynamische Entwicklung durchlaufen hat. Immer mehr Fitnessstudios werden eröffnet und für immer mehr Menschen wird das Sporttreiben ein wichtiger Faktor in ihrem Leben.

Da immer mehr Frauen und Männer Interesse am Sporttreiben im Fitnessstudio zeigen, ist es sinnvoll, sich mit den Beweggründen und Motiven für das Training auseinander zu setzen.

Der aktuelle Forschungsstand zeigt, dass Spaß, Gesundheit, Fitness, Ausgleich, Wohlbefinden und gutes Aussehen zu den heute vorherrschenden Werten im Sport gehören. Schlankheit, Fitness, Sportlichkeit, Jugendlichkeit und Beweglichkeit sind zu Idealen in der modernen Gesellschaft geworden (Zarotis, 1999, S.26).

In der Magisterarbeit wird versucht, den Beweggründen für das Sporttreiben im Fitnessstudio auf den Grund zu gehen. Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich mit folgenden grundsätzlichen Fragestellungen:

1. Warum betreiben immer mehr Menschen Sport im Fitnessstudio? Welche Beweggründe haben sie, in einem Fitnessstudio zu trainieren? Welche Erwartungen und Wünsche haben Frauen und Männer, wenn sie ein Fitnessstudio aufsuchen?
2. Welche Unterschiede gibt es in Bezug auf die Nutzung der verschiedenen Bereiche (HerzKreislauftrainingsbereich, Gerätebereich, Aerobicsaal, Wellnessbereich) des Fitnessstudios zwischen Frauen und Männern?
3. Welche Unterschiede gibt es bezüglich der Beweggründe für das Training im Fitnessstudio bei Frauen und Männern?

Die Arbeit teilt sich zunächst in einen hermeneutischen Teil, in dem anfangs grundlegende Begriffe definiert und erklärt werden, die für das weitere Verständnis der

Arbeit von Bedeutung sind. Ein weiteres Kapitel widmet sich den Fitnessstudios, in welchem die geschichtliche Entwicklung des Fitnesssports und der Fitnessstudios aufbereitet und wiedergegeben wird, sowie allgemeine Charakteristika von Fitnessstudios näher betrachtet werden. Es wird erörtert, welche Strukturmerkmale, Angebote und Besonderheiten für die Fitnessstudios charakteristisch sind. Im darauf folgenden Kapitel wird beschrieben, welche Auswirkungen der Wertewandel in der Gesellschaft auf den Sport und den Fitnesssport hat. Das fünfte Kapitel beschäftigt sich mit der Verbindung zwischen Geschlecht und Fitnesssport, sowie zwischen Sport und Alter. Hier wird näher auf die Unterschiede der beiden Geschlechter in Bezug auf das Sporttreiben eingegangen. Weiters wird erörtert, welchen Einfluss die Variable Alter auf das Sporttreiben hat. Ein weiteres Kapitel widmet sich den Beweggründen und Motiven für das Sporttreiben im Fitnessstudio. Zunächst werden allgemeine Grundlagen zur Motivation im Zusammenhang mit Sport wiedergegeben. Darauf folgend werden die Motive im Fitnesssport näher betrachtet und beschrieben. In einem Unterkapitel wird näher auf die wichtigsten Motivkomplexe der sportlichen Aktivität eingegangen.

Im empirischen Teil der Arbeit konnten mit Hilfe einer Fragebogenuntersuchung bei weiblichen und männlichen Fitnessclubbesuchern im Alter zwischen 30 und 50 Jahren interessante Ergebnisse zur Motivation für das Sporttreiben im Fitnessstudio gewonnen werden. Das siebente Kapitel befasst sich mit dem Forschungskonzept der durchgeführten Untersuchung. Der Fragebogen wird vorgestellt, die Durchführung der Untersuchung wird erläutert, die Fragestellungen und Hypothesen werden aufgelistet, und die Verfahren der statistischen Auswertung werden beschrieben. Das folgende Kapitel widmet sich der Vorgehensweise bei der Datenreduktion, die im Zuge der Untersuchung durchgeführt wurde. Das neunte Kapitel befasst sich mit den Ergebnissen, der Darstellung und der Interpretation der Untersuchungsergebnisse. Abschließend wird eine Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse und Erkenntnisse der Arbeit wiedergegeben.

Aufgrund meiner langjährigen Tätigkeit als Aerobictrainerin und Rezeptionistin in verschiedenen Fitnessstudios besteht für mich besonderes Interesse an den Beweggründen für den Besuch eines Fitnessstudios. Durch meine besondere Begeisterung für das Sporttreiben im Fitnessstudio möchte ich feststellen, welche Bedeutung das Training im Fitnessclub für die Kunden und Mitglieder hat. Weiters besteht mein Interesse darin, herauszufinden, inwieweit sich die Motive und Ziele von Männern und Frauen in Bezug auf das Training unterscheiden.

## 2 Begriffserklärungen

Im folgenden Kapitel werden einige wichtige Begriffe definiert, die für das weitere Verständnis der Arbeit von Bedeutung sind.

### 2.1 Fitness

Vor allem in den vergangenen Jahren hat der „Fitnessboom“ deutlich zugenommen. Gesundheit und Fitness sind zu neuen Idealen in unserer Gesellschaft geworden. Die Berichterstattung und die Informationen über Fitness in den Medien haben in den letzten Jahren an Zahl und Bedeutung zugenommen. Der Begriff „Fitness“ wird in der Literatur auf verschiedenste Weise beschrieben und definiert:

Der Fitnessbegriff stammt aus dem Englischen - „to fit = passend“ - und bedeutet eine Art Angleichung an bestimmte Erfordernisse. Nach heutigem Verständnis versteht man unter Fitness oder fit sein, eine über das alltägliche Maß hinausgehende Reserve gegenüber körperlichen Belastungen zu haben ([www.fitness-center.at/wissen/index.html](http://www.fitness-center.at/wissen/index.html)).

Im Sportwissenschaftlichen Lexikon (Röthig, 2003, S.200) wird Fitness folgendermaßen beschrieben: „F. bezeichnet allgemein die Lebenstauglichkeit des Menschen sowie dessen aktuelle Eignung für beabsichtigte Handlungen.“ Somit umfasst die Fitness eines Menschen alle Persönlichkeitsdimensionen und Handlungsfelder. Im Sportbereich spielt die Dimension körperliche, beziehungsweise motorische Fitness eine bedeutende Rolle. In diesem Zusammenhang haben sich unterschiedliche Konzeptionen der körperlichen, beziehungsweise motorischen Fitness herausgebildet, die von verschiedenen Situationsanalysen und Wertbezügen, wie zum Beispiel Gesundheit, Leistung, Wohlbefinden, Vitalität, Jugendlichkeit, Schönheit und Bezugsfeldern wie Beruf und Freizeit, abhängig sind. Diese verschiedenen Konzeptionen unterscheiden sich in Bezug auf die Leistungsfähigkeit. Es gibt Unterschiede bei den Trainingsinhalten, Trainingsmethoden, sowie bei der Auswahl des Minimal- oder Maximalprogramms.

Im Sportwissenschaftlichen Lexikon (Röthig, 2003, S.200) werden verschiedene Beispiele für mögliche Fitnesskonzepte aufgelistet:

- Vorbeugung von Krankheiten (Prävention- im Gesundheitssport),



- Verzögerung des Alterungsprozesses,
- Erhaltung und Steigerung der beruflichen Fähigkeiten,
- Steigerung der körperlichen Leistungsfähigkeit,
- Wohlbefinden, Erholung,
- Beitrag zur Selbstverwirklichung über körperliche Bewegung (zum Beispiel Freude und Spaß an der Bewegung empfinden, oder ein eigenes Schönheitsideal erreichen),
- Beitrag zum Kontakt mit der Umwelt über körperliche Bewegung (zum Beispiel Anschluss, Geselligkeit und Anerkennung durch andere Menschen).

Die angeführten Punkte sind entweder einzeln oder oftmals auch miteinander verbunden in den Programmen zu finden.

Laut Bässler (1988, S.3) bedeutet Sport für die meisten Menschen „Fitness“. Dabei stehen die „Erhaltung der Gesundheit, Leistungsfähigkeit und Kondition“ in Verbindung mit „Freude und Spaß“ im Mittelpunkt der Betrachtungsweise. Menschen streben nach Erfolg, Schönheit und Jugend, was unmittelbar mit dem Begriff Fitness in Verbindung gebracht werden kann. Heutzutage betreiben Menschen Sport um Spaß zu empfinden, körperlich fit zu werden, sowie Entspannung zu erlangen. Leistungsmotive und Wettkampf rücken immer mehr in den Hintergrund.

Kent (1996, S.221, zit.n. Enders, 2007, S.28) versteht unter körperlicher Fitness die „individuellen Voraussetzungen zur Durchführung von Freizeitaktivitäten, für Gesundheit, zur Verhinderung der Entstehung von Bewegungsmangelerkrankungen und zur Bewältigung von Notfallreaktionen.“ Früher wurde mit „Fitness“ die Funktionstüchtigkeit des Körpers unter Belastung verbunden. Heutzutage kann der Begriff umfassender definiert werden.

Zarotis (1999, S.30) betont, dass der Fitnessbegriff neben der körperlichen Dimension auch subjektive Aspekte, sowie psychische und soziale Faktoren beinhaltet. Zusätzlich steht er aber auch für Gesundheit, Modernität, Erfolg und gesellschaftliche Anerkennung. Kent (1996, S.122, zit.n Enders, 2007, S.28) führt ebenso aus, dass Fitness als globale Leistungsfähigkeit, aber auch als Fähigkeit eines Individuums gesehen werden kann, ein glückliches, ausgewogenes und erfolgreiches Leben zu führen. Der Begriff Fitness

bezieht sich somit nicht nur auf körperliche, sondern auch auf intellektuelle, emotionale, soziale und spirituelle Aspekte.

Im Lexikon Sportwissenschaft (Schnabel & Thieß, 1993, S.299) wird der Begriff „Fitness“ definiert als ein „Zustand guter körperlicher und psychischer Leistungsvoraussetzungen für die Bewältigung einer bestimmten Tätigkeit bzw. Situation.“ Als körperlich fit gilt ein Mensch dann, wenn er sich den psychophysischen und motorischen Anforderungen im Beruf und Alltag ohne gesundheitliche Einbußen gewachsen zeigt.

Martin, Carl und Lehnertz (1991, S.319, zit.n. Enders, 2007, S.28) liefern eine weitere Definition für den Fitnessbegriff. Die Autoren beschreiben Fitness als einen durch Training, gezielte Ernährung und gesunde Lebensgestaltung angestrebten psychophysischen Leistungszustand, der über gesundheitliches Wohlbefinden hinausgeht. Fitness gilt somit oftmals als Sammelbegriff für Leistungsfähigkeit und Wohlbefinden.

Zarotis (1999, S.34) versucht zusammenfassend eine Definition von „Fitness“ zu geben, die alle wichtigen Aspekte beinhaltet: „Fitness ist Lebensqualität, Selbstverwirklichung und Leistungsfähigkeit im physischen, psychischen, geistigen und sozialen Sinne.“

## 2.2 Fitnesssport

Im Lexikon Sportwissenschaft (Schnabel & Thieß, 1993, S.300) wird Fitnesssport definiert als eine „Richtung im Freizeitsport, deren Hauptziel die Vervollkommnung bzw. die Wiedererlangung der körperlichen Fitneß mittels gesundheitsrelevanter Körperübungen und Trainingsformen ist“.

Die Übungsinhalte und Übungsmethoden im Fitnesssport dienen der Erhaltung der Gesundheit, wobei freudvolle und erlebnisbetonte sowie gesundheitliche und motivationale Aspekte eine Rolle spielen. Fitnesssport wird vor allem von Menschen im mittleren und älteren Lebensalter betrieben (Schnabel & Thieß, 1993, S.300).

Zarotis (1999, S.7) beschreibt den Fitnesssport folgendermaßen:

„Eine verhältnismäßig junge Sportart, die gerade zu als Paradebeispiel für die Befriedigung neuer Motive dient, ist der Fitness-Sport. Hier konzentrieren sich alle

menschlichen Süchte und Sehnsüchte, im positiven wie im negativen Sinne: der Jugendwahn, die Persönlichkeitsfindung, die inszenierte Selbstdarstellung, zugleich aber auch das Streben nach Bewahrung und Förderung der Gesundheit.“

## 2.3 Fitnessstraining

Der Trainingsbegriff an sich wird im Sportwissenschaftlichen Lexikon (Röthig, 2003, S.606) definiert als „ein komplexer Handlungsprozess mit dem Ziel der planmäßigen und sachorientierten Einwirkung auf den sportlichen Leistungszustand und auf die Fähigkeit zur bestmöglichen Leistungspräsentation in Bewährungssituationen.“

Schlicht und Brand (2007, S.17) beschreiben körperliches Training als körperliche Aktivität, die systematisch und geplant auf ein Ziel ausgerichtet ist. Dabei wird im Sport vor allem das Ziel verfolgt, die körperliche Leistungsfähigkeit zu steigern, um beispielsweise in einem Wettkampf erfolgreich zu sein. Fitnessstraining kann nun beschrieben werden als Training, mit dem Trainingsziel der Verbesserung, oder der Erhaltung der motorischen Fitness. Dabei gibt es viele verschiedene Fitnesskonzepte und unterschiedliche Trainingsprogramme.

Im Lexikon Sportwissenschaft (Schnabel & Thieß, 1993, S.301) wird Fitnessstraining folgendermaßen definiert: „Prozeß zielstrebigener sportlicher Betätigung mit dem Ziel der Verbesserung bzw. des Erhalts der körperlichen Fitneß.“

Fitnessstraining entwickelt Eigenschaften wie Kraft, Ausdauer, Koordination und Beweglichkeit, und ist somit losgelöst von einer bestimmten Fertigkeit. In den Fitnessstudios werden diese unterschiedlichen Fertigkeiten in den verschiedenen Sektionen geschult. Im Gerätebereich wird die Kraft geschult, im Cardioreich kann die Ausdauer verbessert werden, und im Aerobicbereich können innerhalb des Gruppentrainings die Koordination sowie die Beweglichkeit trainiert und verbessert werden ([www.fitness-center.at/wissen/index.html](http://www.fitness-center.at/wissen/index.html)).

## 2.4 Fitnessstudio

Zarotis (1999, S.41) beschreibt den Begriff Fitnessstudio folgendermaßen:

„Fitnessclubs sind marktorientierte, kommerzielle Anbieter von Dienstleistungen, die nach betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten funktionieren. Neue Trends und Tendenzen in der Fitnessbranche entstehen durch ständige Spezialisierung. Dieser Prozess ermöglicht eine weit gehende Flexibilität, die den Fitness-Clubs, entsprechend den Bedürfnissen der Mitglieder, immer neue Marktnischen eröffnet.“

Fitness- und Bodybuildingstudios kennzeichnen sich dadurch, dass hier die verschiedenen Formen der Fitnessgymnastik, der Arbeit an den Kraftmaschinen und anderen Geräten zur Steigerung der Fitness und der Verbesserung der Körperform, im Mittelpunkt der Betrachtungsweise stehen (Röthig, 2003, S.504).

Im Lexikon Sportwissenschaft (Schnabel & Thieß, 1993, S.300) wird der Begriff Fitnessstudio folgendermaßen erklärt und definiert:

„Auf das Fitneßtraining spezialisierte, überwiegend kommerziell tätige Sporteinrichtung. [...] Ursprünglich dominierten Programmangebote zur Muskelbildung und Körperformung (Bodybuilding). Um der Komplexität des Fitneßanspruchs gerecht werden zu können, fanden später Trainingsformen und –geräte für die Verbesserung der Kardiofitneß Eingang in die Konzepte progressiver F. Ebenso ergänzen Ernährungshinweise, Möglichkeiten des mentalen und psycho-nervalen Trainings sowie Geselligkeit und Kommunikation die fitneßorientierten Konzepte.“

## 2.5 Beweggründe/ Motive

Heckhausen (1989, S.9) versteht unter „Motiv“ keinen Begriff, der etwas beschreiben soll, sondern einen, der etwas erklären soll. Menschen werden unterschiedliche Ausprägungen einer Reihe von Motiven zugeschrieben, die als überdauernde Dispositionen aufgefasst werden können. Dabei umfasst jedes Motiv eine bestimmte Inhaltsklasse an Handlungszielen (Ziele, die durch das eigene Handeln erreicht werden sollen).

Im Lexikon Sportwissenschaft (Schnabel & Thieß, 1993, S.586) wird der Begriff „Motiv“ folgendermaßen definiert: „Beweggrund, Anlaß bzw. Verursachung des individuellen und kooperativen Handelns. Motive bilden den antriebsregulatorischen Aspekt der Bedürfnisse, Interessen, Vorbilder und Wertorientierungen eines Menschen, von denen unter bestimmten inneren und äußeren Tätigkeitsbedingungen handlungsanregende Impulse ausgehen“.

Erdmann (1983, S.35, zit.n. Enders, 2007, S.6) beschreibt Motive als erlernte, allgemeine Zielvorstellungen, die in Hinsicht auf ihre Bedeutung und Wichtigkeit im Menschen hierarchisch strukturiert sind. Man geht davon aus, dass jeder Einzelne unterschiedliche Motive mit verschiedenen Ausprägungen besitzt, die in Abhängigkeit des Situationsreizes die Handlungssteuerung beeinflussen können.

Enders (2007, S.6) bezeichnet „Motiv“ als „Sammelbegriff für verschiedene Bezeichnungen wie Bedürfnis, Beweggrund, Neigung oder Trieb“. Die genannten Begriffe schließen eine Ausrichtung des Verhaltens auf bestimmte Zustände mit ein.

Im Sportwissenschaftlichen Lexikon (Röthig, 2003, S.377) wird „Motiv“ folgendermaßen beschrieben:

„Mit dem Begriff Motiv wird das Dispositionelle, das Persönlichkeitsspezifische, das Überdauernde an der M. hervorgehoben. Motive werden hierbei in Abhebung von angeborenen leiblichen Bedürfnissen und Antrieben wie Hunger, Durst und Schlafbedürfnis als erlernte, generalisierte Wertungsdispositionen für einzelne Grundsituationen wie z.B. Aggression, Anschluss, Leistung und Macht verstanden und sind in diesem Sinne gedankliche Hilfskonstruktionen (hypothetische Konstrukte) zur Erklärung von beobachtbarem Verhalten“.

Zusammenfassend nennt Ilg (1991, S.109, zit.n. Enders, 2007, S.7) bezüglich der Kennzeichnung von Motiven folgende Aspekte:

- Motive bewirken eine zielbezogene Ausrichtung der Tätigkeiten des Individuums auf bestimmte Tätigkeits- und Lebensbereiche.
- Motive richten sich nach einem bestimmten Zweck.
- In den Motiven spiegeln sich soziale Beziehungen wieder.
- In die Motive gehen persönliche Erfahrungen, Einstellungen, Wertvorstellungen, Bedürfnisse und Besonderheiten des Denkens und Fühlens ein.

Ilg (1990, S.51, zit.n. Enders, 2007, S.7) bezeichnet Motive als Beweggründe für das Handeln sowie auch für das Nichthandeln.

Röthig (Sportwissenschaftliches Lexikon, 2003, S.377) beschreibt die Motive im Sport als „Bereitschaften, in situationsüberdauernder, zeitlich überdauernder und persönlichkeitspezifischer Weise in sportlichen Situationen zielgerichtet zu handeln“.

Die Motivation im Sport stellt dann den aktuellen kognitiven und emotionalen Prozess vor, während und nach dem Sporttreiben dar. Im Sport lassen sich unterschiedliche Motive aufzeigen. Darunter fallen unter anderem das Anschlussmotiv, das Bedürfnis nach Bewegung, das Bedürfnis nach körperlicher Anstrengung, sowie das Bedürfnis nach Leistung (Röthig, 2003, S.377).

## 2.6 Motivation

Heckhausen (1989, S.10) beschreibt die Motivation als einen Sammelbegriff für viele Prozesse und Effekte, deren gemeinsamer Kern darin besteht, dass ein Lebewesen sein Verhalten um der erwarteten Folge willen auswählt, und hinsichtlich Richtung und Energieaufwand steuert.

Enders (2007, S.8) versteht unter Motivation allgemein einen Prozess der Aktivierung beziehungsweise Ausrichtung der Handlung. Der Prozess der Motivation wird dabei durch die individuellen Motive bestimmt. Menschen verfolgen demnach ein bestimmtes Ziel, und versuchen ihre Handlungen danach auszurichten.

Im Lexikon Sportwissenschaft (Schnabel & Thieß, 1993, S.586) wird Motivation folgendermaßen beschrieben:

„Die aktuelle und generelle Struktur unterschiedlicher Beweggründe bildet die Motivation der Persönlichkeit, in der sich aus antriebsdynamischen Gesichtspunkten dominierende und periphere sowie überdauernd-stabile und situativ fungierende Motive unterscheiden lassen.“

Der Begriff der Motivation wird im Sportwissenschaftlichen Lexikon (Röthig, 2003, S.377) definiert als eine „umfassende Bezeichnung für bewusste und unbewusste, angeborene und erlernte psychische Prozesse und Zustände, die die Umgangssprache mit den Begriffen Affekt, Antrieb, Bedürfnis, Drang, Einstellung, Gefühl, Interesse, Lust, Stimmung, Trieb, Wille, Wunsch usw. beschreibt.“

Bei der Frage nach der Motivation, die uns zu einem bestimmten Verhalten führt, geht es im großen und ganzen um die Frage nach dem Warum des Verhaltens, also um die speziellen Beweggründe des Verhaltens, warum wir uns in bestimmten Situationen gerade so und nicht anders verhalten (Röthig, 2003, S.377).

### 3 Fitnessstudios

Im letzten Jahrzehnt gewinnt das Fitnesstraining im Studio zur Formung des Körpers, zur Funktionserhaltung und zur Gesunderhaltung zunehmend an Bedeutung. Für immer mehr Menschen wird das Fitnesstraining zur Basis eines erfolgreichen Lebens. Durch diese neue Lebenseinstellung wenden sich immer mehr Menschen den privaten Fitnessstudios zu, die in den letzten Jahren deutlich an Anzahl zugenommen haben. Im Zuge einer boomartigen Fitnessbewegung entstanden vor allem in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten zahlreiche Fitnessclubs, denen, laut Heinemann (1990, S.23, zit.n. Rampf, 1999, S.21), zunächst ein schnelles Ende vorhergesagt wurde. Diese Vorhersage hat sich nach heutigen Erkenntnissen als falsch erwiesen. Fitnessstudios liegen immer noch im Trend und werden von zahlreichen Menschen zur Ausübung regelmäßiger sportlicher Aktivitäten genützt.

In den folgenden Kapiteln wird näher auf die geschichtliche Entwicklung der Fitnessstudios, allgemeine Charakteristika und Strukturmerkmale und Besonderheiten von Fitnessclubs eingegangen.

#### 3.1 Geschichtliche Entwicklung des Fitnesssports und der Fitnessstudios

Bässler (1988, S.1) beschreibt in seinem Buch „Fitness-Studios in Wien“, dass Menschen bereits in der Antike Training zur Formung ihrer Muskulatur mittels Nutzung einfachster Trainingsgeräte betrieben haben. Im alten Ägypten wurden Säcke, die mit Sand befüllt waren, als Trainingsgeräte verwendet. In Rom, sowie im antiken Griechenland, wurden in den Athleten- und Gladiatorenschulen Scheiben und kurzhandelige Gebilde, sowie maschinenähnliche Holz-Leder-Konstruktionen zur Stärkung der Muskulatur genützt. Laut Bässler (1988, S.1) kann das Halten, Heben und Werfen von Steinen verschiedenster Gewichtsklassen von der Antike über das Mittelalter bis in unsere Zeit hin verfolgt werden. Die ersten Hanteln tauchten im Jahre 1830 auf. Bässler (1988, S.1) führt weiters aus, dass diese so genannten Kugelhanteln am Ende des 19. Jahrhunderts durch Scheibenhanteln ergänzt wurden. Die Entwicklung der Trainingsmaschinen, die einen Muskelaufbau bei regelmäßiger Nutzung erzielen sollen, nimmt einen rasanten Verlauf. Zunächst wurden Maschinen mit Hantelscheiben durch Maschinen mit Steckgewichten abgelöst. Heutzutage kann der Widerstand auf einem Gerät auch auf elektronischem Weg eingestellt werden (Bässler, 1988, S.1).

Zarotis (1999, S.35) beschreibt, dass das Bodybuilding im modernen Sinn seine Anfänge bereits in den 30er Jahren in den USA hatte. Am Beginn der Fitnessbewegung, die aus den USA bereits in den 70er Jahren nach Europa getragen wurde, gab es zunächst vor allem Body-Building-Studios, die Kraftgeräte zur Verfügung stellten, um die Muskelmasse aufzubauen (Zarotis, 1999, S.37).

Höller (1991, S.13) betont, dass am Anfang, bis ungefähr ins Jahr 1983, in den Fitnessstudios nur Bodybuilding betrieben wurde. Das Ziel der Trainierenden war der Aufbau von Muskeln. In dieser ersten Phase interessierten sich vor allem Männer für das Training in solchen Studios, Frauen fühlten sich von dieser Trainingsform weniger angesprochen.

Zarotis (1999, S.37) führt aus, dass die Fitnessbewegung den entscheidenden Aufschwung in den 80er Jahren erlebte. Diese enorme Entwicklung lässt sich auch auf die sehr populäre Aerobicwelle zurückführen, die Anlass für die Gründung vieler neuer Fitnessstudios war. Dadurch wurde eine neue Zielgruppe angesprochen, und auch immer mehr Frauen haben begonnen, sich für den Fitnesssport zu interessieren.

Laut Höller (1991, S.14) ebte die Aerobicwelle zwar wieder etwas ab, doch führte sie dazu, dass auch die Frauen begonnen haben auf diversen Trainingsgeräten zu trainieren. Digel (1986, zit.n. Zarotis, 1999, S.37f) beschreibt, dass sich der enorme Erfolg der Fitnessbranche auch auf gesellschaftliche Veränderungen zurückführen lässt. Das Leistungsmotiv wird immer stärker von hedonistischen Motiven, wie Schönheit, Vitalität und Ehrgeiz, verdrängt. Spaß und Wohlbefinden, sowie der Wunsch nach einem schönen, muskulösen und gesunden Körper, stehen im Vordergrund.

Nach Rampf (1999, S.21) erweiterte sich in den 90er Jahren das Angebot an Fitnessstudios. Zusätzlich zum Training an den Geräten werden Präventions-, Rehabilitations-, Entspannungs- und Aerobickurse angeboten, durch die eine große Zielgruppe angesprochen werden kann. Zusätzlich zum erweiterten Sportangebot gibt es in vielen Fitnessstudios Gastronomieeinrichtungen, Kinderbetreuung und Sportshops.

Höller (1991, S.14) beschreibt, dass das reine Sporttreiben in den Fitnessstudios mit der Zeit eher in den Hintergrund rückte. Dafür traten kommunikative und soziale Aspekte



immer mehr in den Vordergrund. Die Fitnesscenter wurden schön eingerichtet und mit Pflanzen oder Bildern dekoriert. Die speziellen Angebote wie Sauna, Dampfbad, Massage usw. wurden erweitert. Höller (1991, S.14) erklärt in seinem Buch „Fitness erfolgreich vermarkten“, dass die Mitglieder der Fitnessstudios in Deutschland seit 1988 nur zu ca. 1-2 % aus Wettkampfbodybuildern und ca. 10-15 % muskelorientierten Kunden bestehen. Der Großteil der Mitglieder besteht hingegen aus reinen Freizeitsportlern (ca. 85 %). Vor allem seit den letzten Jahren sind die Fitnessstudios auch eine große Konkurrenz für die Sportvereine geworden.

Höller (1991, S.14f) beschreibt die Vorteile der Fitnessstudios gegenüber den Sportvereinen folgendermaßen:

- Fitnessstudios bieten den Kunden flexible Trainingszeiten. Die Clubs haben Öffnungszeiten von ca. 60 Stunden pro Woche. Somit können die Mitglieder so oft und so lange sie wollen trainieren.
- In einem Fitnessstudio besteht kein Leistungsdruck. Jeder kann so intensiv und so lange trainieren wie er/sie möchte.
- Fitnessstudios bieten ihren Mitgliedern ein erweitertes Angebot mit den verschiedensten Formen des Trainings. Die Kunden haben die Möglichkeit ihr Training individuell an den Trainingsmaschinen zu gestalten, oder an den Gruppentrainingskursen teilzunehmen.
- In den Fitnessstudios herrscht eine bessere Kommunikation vor. Hier steht nicht nur das Sporttreiben an sich im Vordergrund. Viele Menschen besuchen den Club, um Freunde zu treffen, einen Kaffee zu trinken, oder lediglich in die Sauna zu gehen. Dabei können auch neue Kontakte geknüpft werden.

Aufgrund dieser Vorteile des Fitnessstudios gegenüber den Vereinen konnten die Fitnessclubs in den letzten Jahren viele Mitglieder für sich gewinnen, und gewannen somit in der Gesellschaft immer mehr an Bedeutung (Höller, 1991, S.14f).

Bässler (1988, S.2) führt aus, dass Bewegungsmangel und körperliche Inaktivität heutzutage zu den häufigsten Ursachen für viele Zivilisationskrankheiten wie Herz-Kreislauf-Erkrankungen, oder Übergewicht zählen. Durch regelmäßiges sportliches Training kann diesen Krankheiten entgegengewirkt werden. Durch gezieltes Fitnessstraining kann die psycho- physische Funktionskraft des Menschen erhalten und erhöht werden. Der Fitnesssport hat einen positiven Einfluss auf die geistige und

körperliche Fitness und verbessert somit die Lebensqualität der Menschen (Bässler, 1988, S.3).

Palm (1988, zit.n. Zarotis, 1999, S.39) beschreibt, dass die Mitglieder eines Fitnessstudios heutzutage sehr unterschiedliche Ansprüche haben und dabei die Fitnessbetreiber vor eine große Herausforderung stellen. In den letzten Jahren hat der Wettbewerb der kommerziellen Sportanbieter deutlich zugenommen. Zahlreiche Fitnessstudios konkurrieren miteinander und buhlen um die Gunst und die Anzahl ihrer Mitglieder. Zarotis (1999, S.39) betont, dass die Bindung der Kunden an ihren Fitnessclub davon abhängt, wie stark ihre persönlichen Bedürfnisse angesprochen werden. Ebenso wichtig wie die Befriedigung der individuellen Bedürfnisse, sind auch die Qualität der Ausstattung, sowie das Mitarbeiterpotential im Fitnessclub.

In Bezug auf die Zukunftsaussichten der Fitnessbranche lässt sich nach Höller (1991, S.16) festhalten, dass die Fitnessbranche stark von Trends und Marktströmungen abhängig ist. Das hängt zum einen mit volkswirtschaftlichen Veränderungen wie beispielsweise der Kaufkraft zusammen, zum anderen ist das Training im Fitnessclub eine Freizeitbeschäftigung und muss sich mit anderen Konkurrenzunternehmen auseinandersetzen. Höller (1991, S.16) beschreibt die Zukunftsperspektiven der Fitnessbranche in seinem Buch „Fitness erfolgreich vermarkten“ folgendermaßen:

- Die Menschen haben immer mehr Freizeit und arbeiten weniger.
- In der Arbeitswelt nehmen die Technisierung und Automatisierung weiter zu. Irgendwann werden die Arbeitnehmer nur mehr eine überwachende und beaufsichtigende Aufgabe haben.

Dies hat zur Folge, dass der Bedarf nach Bewegung, Gesundheit und Fitness in den kommenden Jahren vermutlich noch weiter ansteigen wird. Fitness für Senioren, sowie in Betrieben, sind Märkte mit Zukunft. Ebenso sollte mit Vereinen und Krankenkassen zusammengearbeitet werden (Höller, 1991, S.17).

### 3.2 Allgemeine Charakteristika von Fitnessstudios

Die Mitglieder von Fitnessclubs stellen heutzutage sehr unterschiedliche Ansprüche, und streben danach, ihre individuellen Bedürfnisse dabei zu befriedigen. Palm (1988, zit.n. Zarotis, 1999, S.39) beschreibt, dass diese Marktentwicklung zu einem

Qualitätswettbewerb zwischen den Fitnessclubbetreibern führte. Beim Mitgliedergewinn und langfristigen Mitgliedererhalt spielt nicht nur das sportliche Angebot, sondern auch eine professionelle Einrichtung, gut geschultes, sowie freundliches Personal und eine hohe Qualität der Geräte, eine entscheidende Rolle.

Bässler (1988, S.5) führt in seinem Buch über die Fitnessstudios in Wien folgendes zu diesem Thema an:

„Heute locken Fitnessclubs – oft mit überkompletter Ausstattung wie Sauna, Pool, Sonnenstudio, Clubraum, Vitamin- (Protein) Bar sowie Krafraum, Aerobic- Raum und einem „maßgeschneiderten“ Trainingsprogramm mit zusätzlichen Diätvorschlägen zur Regulierung von Figurproblemen - ein zahlungskräftiges, körperbewusstes Publikum zum Sport. Den Bewegungshungrigen werden auch ständig modernisierte Geräte vorgestellt, die man aus den Fitnesshochburgen der USA importiert. [...] „In“ ist momentan die Geselligkeit nach der Bewegungstherapie. Hier hat sich die Philosophie besonders gewandelt. Das neue Körpergefühl bestimmt zunehmend auch den Aufbau und das Erleben sozialer Kontakte.“

Nach Stemper (1995, S.1, zit.n. Zarotis, 1999, S.40f) können die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden eines Fitnessstudios nur mit Hilfe einer professionell angebotenen Dienstleistung erfüllt werden, wobei die persönliche Beziehung zum Mitglied innerhalb des Fitnessclubs von zentraler Bedeutung ist:

„Sie müssen den Leuten, als Dienstleistungsunternehmen, das Gefühl geben, dass sie die entscheidende Person ist, auf die es ankommt. Die Kunden müssen reingehen und sich direkt dort wohl fühlen und vor allem wieder rauskommen mit dem Gefühl: da geh' ich wieder hin, das war super.“

Palm (1988, S.38, zit.n. Mickler und Moser, 1988, S.205f) führt aus, dass Fitnessstudios als „...Räume mit einer bestimmten Einrichtung und zugehörigen Dienstleistungen“ beschrieben werden können. Der Autor nennt folgende Vorteile und Besonderheiten von Fitnessclubs:

- In einem Fitnessstudio finden sich Geräte für das Muskeltraining, die individuell einstellbar, und für jede Leistungsstufe zu verwenden sind.
- In Fitnessclubs gibt es klare Zielstellungen für die Körpergestaltung und das Krafttraining.
- Fitnessstudios zeichnen sich durch eine besondere visuelle Ausstattung aus, und vermitteln ein gewisses Ambiente.
- In einem Fitnessclub besteht die Möglichkeit der persönlichen Ansprache und Betreuung.

- Die Trainingsplanung kann individuell gestaltet und dokumentiert werden.
- Die Benutzung des Fitnessstudios kann zu jeder Zeit erfolgen.
- In einem Fitnessclub muss man sich längerfristig finanziell binden.
- Eine längerfristige soziale Bindung herrscht jedoch nicht vor.

In den folgenden Unterkapiteln wird näher auf die Merkmale, das Angebot und die Besonderheiten von Fitnessstudios eingegangen.

### **3.2.1 Strukturmerkmale von Fitnessstudios**

Mrazek und Rittner (1989, zit.n. Rampf, 1999, S.23) beschreiben eine Reihe von Strukturmerkmalen, anhand derer sich die Fitnessstudio Branche charakterisieren lässt. Dazu gehören:

- die Lage und Größe von Fitnessstudios,
- die Räumlichkeiten,
- das Angebot,
- das Studiopersonal,
- die Öffnungszeiten,
- und die Mitgliedskosten.

Eine geeignete Lage für ein Fitnessstudio zu finden ist eine der bedeutendsten Entscheidungen bei der Gründung eines neuen Clubs. Sehr wichtig ist es, dass das Studio leicht erreicht werden kann, egal ob mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Auto. Ebenso sollten Parkmöglichkeiten möglichst kostenfrei zur Verfügung stehen. Laut Höller (1991, S.86) sind Studiokunden bereit, maximal 10km Anfahrtsweg, das bedeutet eine Fahrzeit von ungefähr 15-20 Minuten, in Kauf zu nehmen.

Die Größe von Fitnessstudios unterscheidet sich oftmals. Rampf (1999, S.24) führt aus, dass die meisten Studios eine ungefähre Größe zwischen 300 und 2000 Quadratmetern aufweisen. Die Räumlichkeiten eines Fitnessclubs sollten unterteilt werden in den Trainingsbereich mit Kraftgeräten, den Gymnastik- beziehungsweise Aerobicbereich, den Regenerationsbereich mit Sauna und Wellnesszone, sowie den Bereich der sanitären Anlagen und Umkleideräumen. Die räumliche Gestaltung ist sehr wichtig, durch sie

repräsentiert sich ein Fitnessclub. Die Mitglieder sollen sich während ihres Aufenthaltes im Studio in einer angenehmen, schön gestalteten Umgebung wohl fühlen und entspannen können (Rampf, 1999, S.25).

Bässler (1988, S.5) führt dazu folgendes aus:

„Ein tragendes Element für die Attraktivität der Sportstudios ist das Flair und das Ambiente. Die Sport- und Studioräume sind durch die Ausstattung wie Teppiche, Musik und Blumen „entsportlicht“. Die Ausstattung des Studios entspricht dem modernen „Out-Fit“ der Sporttreibenden, Inneres und Äußeres werden stimmig gemacht.“

Laut Rampf (1999, S.32) trägt das Studiopersonal durch sein Auftreten, seinen Umgang mit den Mitgliedern und ebenso durch sein Verhandlungsgeschick, zum Image und zum Erfolg eines Fitnessclubs bei. Die Hauptbeschäftigungsbereiche sind dabei der Service an der Rezeption und das Training. Das Studiopersonal sollte sich vor allem durch Freundlichkeit und fachliche Kompetenz auszeichnen. Trainer/innen sollten zumindest eine anerkannte Trainerausbildung absolviert haben und regelmäßig an Fortbildungen teilnehmen.

Rampf (1999, S.33) beschreibt weiters, dass die Öffnungszeiten der Fitnessstudios unterschiedlich sind. Die meisten Studios haben heutzutage an 7 Tagen von morgens bis abends geöffnet. Die Mitgliedsbeiträge sind in jedem Fitnessclub verschieden und meist an das jeweilige Angebot des Fitnessstudios angepasst. Ein exklusiveres Studio hat meistens einen höheren Preis als ein gewöhnlicherer Club.

### **3.2.2 Angebote und Besonderheiten von Fitnessstudios**

Dietrich, Heinemann und Schubert (1990, S.104) betonen in ihrem Buch „Kommerzielle Sportanbieter“, dass gewerbliche Sportanbieter, wie Fitnessstudios, in der Gestaltung ihres Angebots wirtschaftlichen Überlegungen folgen. Je größer dabei die Investitionen und je höher die Aufwendungen für ein geeignetes Personal sind, desto mehr muss eine möglichst breite und langfristige Nutzung dieses Angebots durch genügend potenzielle zahlende Mitglieder und Kunden gesichert sein.

Ebenso bedeutend für die Entscheidung über die Angebotsinhalte sind die Philosophie, die ein Studio verfolgt, der Standort, die Größe, und damit die räumlichen Möglichkeiten,

die Zahl der Geräte und nicht zuletzt die Anzahl sowie Qualifikationen der Mitarbeiter (Rampf, 1999, S.27).

Kamberovic und Hase (1994, S.51/52, zit.n. Rampf, 1999, S.27f) zeigen einen kurzen Überblick über mögliche Angebote:

1. Gruppentraining: Aerobic, Jazzdance, Stretching, Step Aerobic, Slide, Rebound, Gymnastik für Zielgruppen, Gymnastik für Kondition, Problemzonentraining, Rückentraining, Callanetics;
2. Cardiofitness (Ausdauertraining): Fahrradergometer, Stepper, Rudergerät, Laufband, Gehband, Walking, Circuit;
3. Gerätetraining: Figurtraining, Bodybuilding, Fitnessstrasse, Nautilusstrasse, Rückenstrasse, Circuit- Training, Rehabilitations- Training;
4. Budoarten: Kickboxen, Karate, Taekwondo, Judo, Kinderkarate, Kinderjudo, Selbstverteidigung, Thai Boxen;
5. Entspannung: Stretching, Autogenes Training, Yoga, Tai- Chi, Mind Machines, Sauna, Solarium, Massage, Apparative Kosmetik;
6. Betreuung und Service: Eingangs- Checking, Fitness- Checking, Ernährungsberatung, Cardio- Testing, Trainingsberatung, Saunaberatung, Sonnenbankberatung, Entspannungsberatung, Produktberatung, Kinderbetreuung, Reduktions- Clubs, Rauchentwöhnungs- Clubs, Veranstaltungen und Feste, Studiowettbewerbe und Aktionen;
7. Verkauf: Produkte für Ernährung, Bekleidung, Zubehör, Bademoden, Pflegeprodukte, Schuhe, Bücher oder Zeitschriften;
8. Ballsport: Squash, Badminton, Tennis, Indoor- Golf, Short Court, Half Court, Mini-Badminton, Streetball.

Diese breiten Angebotsinhalte findet man vorwiegend in so genannten Multifunktionsanlagen. Rampf (1999, S.28) betont, dass man in durchschnittlicheren Studios ein spezialisiertes und auf eine engere Zielgruppe zugeschnittenes Angebot findet.

In einer Marktanalyse von Höller (1991, S.24ff), die in Sport- und Fitnessanlagen in Deutschland durchgeführt wurde, konnte in Bezug auf die vom Kunden gewünschten Angebote im Fitnessclub folgendes festgestellt werden:

Fitness- und Kraftgeräte sollten in jedem Fitnessclub vorhanden sein, 85,5% der Mitglieder nutzen diesen Bereich. Ebenso wichtig ist den Fitnessaktiven der Wellnessbereich, in dem Sauna und Dampfbad vorhanden sein sollten. 58,05% der Sporttreibenden nützen diesen Bereich. Der Aerobic- und Gymnastikbereich wird von 43,65% der Kunden genutzt. Hier ist deutlich erkennbar, dass mehr Frauen (56,1%) und weniger Männer (31,2%) dieses Angebot in Anspruch nehmen. Es ist anzunehmen, dass der Aerobicboom auch noch die nächsten Jahre weiter anhält. Hier müssen die Fitnessstudios ansetzen und den neuen Trends folgen. Höller (1991, S.25) führt aus, dass die Wünsche nach Spaß, Kommunikation, Kontakt und Betreuung in den Gymnastik- und Aerobicstunden leichter erfüllt werden können. Ein zusätzliches Massageangebot wünschen sich 29,75% der Fitnessstudiomitglieder. Auch das Solarium weist eine hohe Beliebtheit auf und sollte daher in keinem Club fehlen. 41,35% der Kunden nutzen das Solarium. Manchmal wird in größeren Fitnessstudios auch eine Ernährungsberatung angeboten. Dieses Angebot nützen 16,25% der Mitglieder. Eine Getränkebar, bzw. ein Bistro, wünschen sich sehr viele Mitglieder eines Fitnessstudios. Das gemeinsame Zusammensitzen nach dem Training fördert die Kommunikation enorm und somit auch das Wohlbefinden der Studiogäste. Selten aber doch wird in Fitnessclubs eine sportärztliche Betreuung angeboten. 37,45% der Kunden wünschen sich so ein Angebot. Wenige Mitglieder wünschen sich das zusätzliche Angebot eines Nagel-, oder Kosmetikstudios (Höller, 1991, S.24ff).

Höller (1991, S.30ff) beschreibt, dass es bei den Fitnessstudios verschiedenste Möglichkeiten der Spezialisierung gibt: Es gibt Hard-Core-Studios, Damenstudios, Cardio-Studios, VIP-Clubs, Gesundheits-Clubs, Beauty-Clubs, sowie 20%-Clubs. In einem Hard-Core-Studio trainieren hauptsächlich Menschen, die lediglich ihre Muskeln aufbauen möchten. In diesen Studios gibt es eine große Anzahl an Kraftgeräten und Freihanteln. In einem Damenstudio wird Fitness ausschließlich für die weibliche Bevölkerung angeboten. Hier muss das Angebot, sowie die Einrichtung des Clubs, auf diese Zielgruppe angepasst werden. Höller (1991, S.30) betont, dass ein Damenstudio über einen Kraft- und Cardioreich, sowie über einen Aerobicbereich verfügen sollte. In einem Cardio-Studio gibt es eine große Anzahl an verschiedensten Cardiogeräten, an denen die Kunden ihre Ausdauerleistungsfähigkeit trainieren können. Ein VIP-Club ist ein so genannter Nobelclub für Hochpreiskunden. Hier ist die teure und exquisite Einrichtung ein Muss. Das Ziel eines Gesundheits-Clubs ist es, die Gesundheit seiner Mitglieder wesentlich zu fördern. Hier sollte ein Kraft-, Cardio- und Aerobicbereich nicht fehlen. Ebenso sollten Ernährungsberatung sowie Fitness-tests angeboten werden. Ausgebildete Trainer sind

hier von besonderer Wichtigkeit. Ein dementsprechender Wellnessbereich darf hier ebenso nicht fehlen. So genannte Beauty-Clubs unterscheiden sich von normalen Fitnessstudios. Der Hauptgrund des Sporttreibens ist hier nicht die Gesundheit, sondern das Aussehen und die Schönheit. Es werden nur wenige Fitness- und Ausdauergeräte angeboten. Dafür gibt es viele Solarien, sowie ein Kosmetik- und Nagelstudio. Ebenso werden Kosmetik- und Körpermittel angeboten. Die 20%-Clubs stammen ursprünglich aus den USA und sind Fitnessstudios für übergewichtige Menschen. Hier dürfen nur Personen trainieren, deren Körpergewicht 20% über dem Normalgewicht liegt (Höller, 1991, S.30ff).

Palm (1988, S.40-42, zit.n. Zarotis, 1999, S.45) beschreibt folgende fünf Gründe für die Attraktivität des Sportangebots in Fitnessclubs:

„Fitnessstudios machen Neubeginnern den Einstieg in den Sport leichter. Man wird individuell betreut und bleibt in einer schützenden Anonymität solange man das will oder es braucht ... Fitness-Studios kann man immer dann nutzen, wenn man Zeit hat ... Fitness-Studios bieten durch gezieltes Muskel-Training eine sinnvolle Ergänzung zum Ausdauertraining ... Fitness-Studios bieten eine ökonomische Trainingsform an qualifizierten Geräten mit geringem Zeitaufwand aber hoher Trainingseffizienz ... Der Trainierende kann das Üben jeweils auf seinen persönlichen Leistungsstand einstellen.“



## 4 Der Wertewandel in der Gesellschaft und seine Auswirkungen auf den Sport

Unsere Gesellschaft unterliegt einem ständigen Wandel. Laut Zarotis (1999, S.9) beeinflussen Veränderungen in Politik, Wirtschaft und im sozialen Bereich auf direktem oder indirektem Weg das Wertesystem unserer Gesellschaft. Vor allem in den Bereichen Arbeit und Freizeit ist es zu einer Bedeutungsverschiebung gekommen. Die Arbeitszeit geht immer mehr zurück, somit steigt die Freizeit.

Opaschowski (1993, S.17, zit.n. Zarotis, 1999, S.16) führt dazu folgendes aus:

„Noch nie hatte eine Generation- objektiv gesehen- so viel Freizeit. Die werktägliche Freizeit nahm in den letzten vierzig Jahren von 1,5 Stunden (Allensbach 1952) auf 4,1 Stunden (B.A.T Institut 1992) zu. Die Wochenendfreizeit verlängerte sich von 1,5 auf 2 Tage und die Urlaubsdauer hat sich von 9 auf 31 Tage mehr als verdreifacht. Dem objektiv feststellbaren Freizeitgewinn steht aber subjektiv kein entsprechendes Freizeitbewußtsein gegenüber.“

Dietrich, Heinemann und Schubert (1990, S.14) beschreiben, dass die Freizeit durch den gleichzeitigen Anstieg des Wohlstands in der Gesellschaft immer mehr an Bedeutung und Wertschätzung gewinnt. Das Einkommen der Menschen steigt, und sie sind bereit, für ihre Freizeitaktivitäten mehr Geld auszugeben. Der gestiegene Wohlstand und die zunehmende Freizeit haben große Auswirkungen auf den Bereich des Sports.

Dietrich, Heinemann und Schubert (1990, S.15) weisen weiters darauf hin, dass die physischen und psychischen Belastungen am Arbeitsplatz durch die Technisierung verringert werden, die Menschen müssen sich nicht mehr solange von ihren beruflichen Belastungen erholen. Somit wird es für die einzelnen Personen eher als früher möglich, sich außerhalb der Arbeitszeit von der Arbeit zu lösen und die neu gewonnene Freizeit optimal zu nützen. Im gleichen Maß, wie sich die Bestimmungen der individuellen Lebensgestaltung durch Arbeitswelt und dem Zwang materieller Existenzsicherung verringert haben, steigt jetzt die Notwendigkeit und Möglichkeit, sich im eigenen Lebensalltag selbst zu verwirklichen (Dietrich, Heinemann und Schubert, 1990, S.15). Diese Selbstverwirklichung des Einzelnen wird mit dem Begriff der Individualisierung in Verbindung gebracht. Der einzelne Mensch kann seinen Lebens- und Statusentwurf stärker auf sich selbst verweisen und seine Identität nach eigenen Bedürfnissen und Vorstellungen entwickeln. Der „Spaßfaktor“ steht immer mehr im Mittelpunkt der Betrachtungsweise des eigenen Lebens (Dietrich, Heinemann und Schubert, 1990, S.16).

Dietrich, Heinemann und Schubert (1990, S.16) beschreiben, dass sich neue Einstellungen zum eigenen Körper sowie neue Formen der Selbstwahrnehmung des eigenen Körpers entwickeln. Die Vorstellung vom Körper erlebt eine Evolution und hat die Entstehung des Sports in der modernen Gesellschaft mitgeprägt. Die Autoren führen weiters aus, dass ganze Bewegungen entstehen, die zum Ziel haben, den Körper, seine Empfindungen und Bedürfnisse zu entdecken. Körperideale in Bezug auf Schlankheit, Fitness, Gesundheit und Sportlichkeit erhalten zunehmende Bedeutung zur Konstruktion der eigenen Identität. Das Körperbild und die äußere Erscheinung werden durch Körperperformance, zum Beispiel durch das Sporttreiben im Fitnessstudio, verändert. Somit wird der eigenen Identität dabei eine Stütze gegeben. Es entsteht ein neues Idealbild eines jugendlichen, sportlichen und gesunden Körpers. Das eigene körperliche Wohlbefinden rückt in den Mittelpunkt, die Identität wird vermehrt über den Körper erfahren und vermittelt (Dietrich, Heinemann und Schubert, 1990, S.17).

Palm (1988, zit.n. Zarotis, 1999, S.25) weist darauf hin, dass neben der Spaßorientierung auch eine Aufwertung des Gesundheits- Motivs für Neuerungen im Sport sorgen. Dietrich, Heinemann und Schubert (1990, S.18) beschreiben, dass das Streben nach Gesundheit, körperlicher Fitness und Unversehrtheit, vor allem bei der Altersgruppe über dreißig Jahren, immer mehr an Bedeutung gewinnt. Palm (1988, zit.n. Zarotis, 1999, S.25) betont, dass Neuerscheinungen im Sport wie Aerobic, Fitness, Jogging, oder Walking mitunter wegen des Gesundheits- Motivs so populär geworden sind. Auch klassische Sportarten wie Schwimmen, Radfahren, oder Gymnastik erhalten aufgrund der Gesunderhaltung des Körpers wieder mehr Zulauf. Leistung und Wettkampf werden immer unwichtiger, die traditionellen Sportarten rücken neben den kommerziellen Sportanbietern immer mehr in den Hintergrund. Während zunächst die Sportvereine einen enormen Zulauf erlebten, werden sie vor allem in den letzten Jahren immer mehr mit der Konkurrenz der Fitnessstudios konfrontiert. Naul (1992, zit.n. Zarotis, 1999, S.23f) beschreibt, dass der Vereinssport für zirka 25-30 % der Bevölkerung interessant ist, wohingegen mittlerweile ebenso viele Menschen im nicht- organisierten Sport und in Angeboten der privaten kommerziellen Sportanbieter sportlich tätig sind. Fitnessclubs versuchen die vielfältigen Bedürfnisse und Wünsche der Menschen zu befriedigen. Durch ihre flexiblen Teilnahmeformen stoßen sie bei vielen Menschen auf Beliebtheit und damit auf vermehrten Zulauf.

Zarotis (1999, S.26) schreibt abschließend, dass Spaß, Gesundheit, Fitness, Ausgleich, Wohlbefinden und gutes Aussehen zu den heute vorherrschenden Werten im Sport gehören. Schlankheit, Fitness, Sportlichkeit, Jugendlichkeit und Beweglichkeit sind zu Idealen in der modernen Gesellschaft geworden.

Dietrich, Heinemann und Schubert (1990, S.20) fassen die Veränderungen im Sportbereich noch einmal kurz zusammen:

„Die Motive des Sporttreibens, die Inhalte, die der einzelne im Sport sucht, werden vielseitiger, erfahren zunehmend individuelle Ausprägungen, werden Ausdruck und Bestandteil des Lebensstils des Einzelnen. Nicht mehr das Streben nach Leistungssteigerung und Leistungsvergleich im Wettkampf motiviert (alleine noch) das Sportinteresse; der Sport wird für Altersgruppen und Mitglieder sozialer Schichten attraktiv, für die Leistungsoptimierung und Wettkampfbezogenheit nicht mehr den besonderen Reiz des Sports ausmachen.“

## 5 Fitnesssport in Verbindung mit Geschlecht und Alter

Ob ein Mensch sportlich tätig ist oder nicht, lässt sich, laut Winkler (1995, S.277, zit.n. Tofahrn, 1998, S.185), durch die Variablen Alter, Einkommen, Familienstand und Bildung des Vaters verständlich machen.

Weiss (1997, S.49f) beschreibt, dass die Variablen Alter, Geschlecht, Bildung und beruflicher Status, sowie das Einkommen und die Wohnortsgröße einen Einfluss auf das Sportengagement der Menschen haben. Das Alter scheint hier den bedeutendsten Faktor für das Sporttreiben darzustellen. In fast allen Sportarten sind die jungen Menschen am aktivsten, ab 60 Jahren wird nur mehr in geringem Ausmaß Sport betrieben. In Bezug auf das Geschlecht lässt sich allgemein sagen, dass Männer grundsätzlich sportlicher sind als Frauen.

Es liegen Untersuchungsergebnisse von Winkler (1995, S.277) vor, die belegen, dass die Merkmale Alter und Geschlecht bedeutsam dafür sind, ob eine Person Sport betreibt oder nicht, unabhängig von seiner sozialen Schicht, oder der sozialen Herkunft.

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit den unterschiedlichen Beweggründen, Zielen und Wünschen von Fitnesssport treibenden Menschen in Bezug auf das Geschlecht und das Alter. In der Untersuchung werden nur Frauen und Männer in der Altersgruppe zwischen 30 und 50 Jahren befragt. Im folgenden Kapitel werden zunächst grundlegende theoretische Überlegungen der Verbindung zwischen Fitnesssport und Geschlecht, sowie der Verbindung zwischen Fitnesssport und Alter wiedergegeben.

### 5.1 Fitnesssport und Geschlecht

Es wird uns bereits in unserer frühen Kindheit klar gemacht, dass Frauen und Männer verschieden sind. Bereits vor der Geburt eines Kindes rätseln die Eltern über das Geschlecht. Danach richtet sich das Verhalten der Eltern und der anderen Menschen im Umfeld des Kindes. Dreesmann (2007, S.12) betont, dass gewisse Eigenschaften oder Reaktionen des Kindes dann als seinem Geschlecht typisch wahrgenommen und interpretiert werden.

Treibel (1994, S.133, zit.n. Dreesmann, 2007, S.12) beschreibt das Phänomen Geschlecht folgendermaßen:

„Geschlecht gilt nicht als biologische, sondern als soziale Konstruktion, also als etwas, das gesellschaftlich ´gemacht` und individuell nachvollzogen bzw. ´mitgemacht` wird.“

Der gesamte Sportbereich und somit auch der Bereich des Fitnesssports werden ebenso von der Rollenverteilung in unserer Gesellschaft beherrscht und geprägt. So unterscheiden sich Fitness treibende Frauen und Männer oftmals hinsichtlich ihrer Ziele, Wünsche und Beweggründe für ihr Training. Laut Dreesmann (2007, S.12) wird Männern häufig nachgesagt, dass sie ausschließlich nach Muskelzuwachs streben, wobei Frauen eher an der Reduktion von Körpermasse interessiert sind. Dieser Umstand könnte daran liegen, dass Männer sich gerne selbst betrachten, während Frauen eher betrachtet werden wollen.

Fitnessstudios haben vor allem in den letzten Jahren einen starken Aufschwung in der Anzahl ihrer Mitglieder verzeichnen können. Nach Klein (2006, S.212) ergab eine Marktanalyse von Deloitte (2005), dass bereits im Jahre 2004 ungefähr 5,7% der Gesamtbevölkerung Deutschlands Mitglieder in einer kommerziellen Finesseinrichtung waren.

Klein und Deitersen-Wieber (2003, S.190, zit.n. Sobiech, 2007, S.290) betonen, dass der Anteil der Mitglieder in Fitnessclubs in Deutschland bei 52,3% Frauen und 47,7% Männer liegt. Klein und Deitersen-Wieber (2003, S.187) beschreiben, dass dieser Umstand darauf hinweist, dass sich das Nachfrageverhalten der Frauen im Sport verändert hat und der Fitnesssport somit nicht mehr als eine Domäne der Männer angesehen werden kann. Die weibliche Bevölkerung wurde somit als neue Zielgruppe des Fitnessmarktes entdeckt. Durch den angestiegenen Anteil der weiblichen Mitglieder in den Fitnessclubs musste eine Neuorientierung der Finesseinrichtungen vorgenommen werden. Die eher männlich ausgerichteten Bodybuildingstudios wandelten sich vor allem in den letzten Jahren zu modernen Sport-, Gesundheits- und Wellness- Zentren. Interessant ist, dass sich bereits bei der Raumaufteilung, beziehungsweise bei der Raumnutzung, Hinweise auf soziale Konstruktionen von Geschlechtsunterschieden finden lassen. Neben der üblichen Aufteilung der sanitären Anlagen, der Dusch- und Umkleieräume in einen Frauen- und einen Männerbereich, wurden nun auch einige Teile des Gerätebereichs, sowie der

Gymnastikbereich, nach den unterschiedlichen Wünschen und Bedürfnissen der Geschlechter ausgerichtet (Klein & Deitersen-Wieber, 2003, S.187f).

Klein (2006, S.213) führt aus, dass es in den Fitnessstudios bestimmte Trainingsflächen gibt, die von beiden Geschlechtern gleichermaßen genutzt werden, wie beispielsweise der Herz- Kreislaufbereich, als auch nach dem Geschlecht aufgeteilte Bereiche. In vielen Clubs gibt es eigene Bereiche, die nur für weibliche Mitglieder zugänglich sind. Die Gymnastik- und Aerobicstunden, die im Gymnastikraum stattfinden, werden ebenso hauptsächlich von den Frauen besucht, während der Freihantelbereich im Gerätebereich fast ausschließlich von den Männern genutzt wird.

In den letzten Jahren bildeten sich einige reine „Frauenstudios“ heraus, die lediglich weibliche Mitglieder haben. Klein (2006, S.212) betont, dass im Jahre 2004 8,5% aller Fitnessseinrichtungen in Deutschland reine Damenfitnessclubs waren. Damit bleibt der weitaus größere Anteil der Fitnessanlagen für beide Geschlechter zugänglich. Hier variiert jedoch der weibliche und männliche Anteil der Mitglieder anhand des inhaltlichen Konzepts der Fitnessseinrichtung. So genannte „Billigfitnessketten“, deren Angebot sich lediglich auf das Gerätetraining bezieht und den kostenintensiven und personalaufwändigen Gymnastikbereich aussparen, werden vermehrt von Männern aufgesucht, wohingegen exklusivere Fitnessclubs, die ein verstärktes Angebot an Wellness und Gymnastik anbieten, bei den Frauen sehr beliebt sind. Somit drücken sich die Wünsche und Bedürfnisse der Fitnessmitglieder bereits bei der Wahl ihres Fitnessclubs aus (Klein, 2006, S.212f).

Klein (2006, S.214) beschreibt, dass das Leitungspersonal der Fitnessstudios ihr Leistungsangebot an den vorhandenen Geschlechtsunterschieden in den Motiven der Studiomitglieder anpasst. Eine Ausrichtung auf die Männer zeigt sich durch eine breite Auswahl an Krafttrainingsgeräten und Freihanteln. Vielfältige Geräte für das Abduktoren- und Adduktorentraining sowie das Angebot an abwechslungsreichen Gymnastikeinheiten zielt eher auf Frauen ab. Das Angebot einer Kinderbetreuung, sowie Zusatzangebote in den Bereichen Wellness und Kosmetik gelten als vermehrt anziehend für die weiblichen Mitglieder.

Sobiech (2007, S.291) weist darauf hin, dass neben der Nutzung geschlechtsgebundener Trainingsbereiche, der Bearbeitung des Körpers ebenso ein geschlechtsdifferenziertes Körperkonzept zugrunde liegt. Dem gesellschaftlichen Körperideal von Schönheit, Jugendlichkeit, Gesundheit und Fitness können sowohl Frauen als auch Männer durch regelmäßiges sportliches Training näher kommen. Männern wird oftmals nachgesagt, dass sie lediglich den Muskelaufbau und somit die Vermehrung der Körpermasse zum Ziel haben. Diesen Wunsch erreichen sie meist durch vermehrtes Maximalkrafttraining im Freihantelbereich. Dabei werden vorrangig Übungen für die Oberarme sowie für den Rücken-, Schulter-, und Brustbereich durchgeführt. Frauen hingegen streben hauptsächlich die Reduktion der Körpermasse durch den regelmäßigen Besuch von Gymnastikkursen sowie durch das Training an den Geräten an. Das vorrangige Ziel ist oftmals der Fettabbau an den so genannten „Problemzonen“ der Frau, also an Bauch, Hüfte, Po und Beinen. Diese Körperzonen sollen durch das regelmäßige Training gestrafft werden (Sobiech, 2007, S.291f).

Sobiech (2007, S.293) schreibt, dass es als großes Ziel der Frauen gilt, einen schlanken, trainierten, muskulösen Körper zu haben, also insgesamt das Körperfett zu reduzieren und somit den Körper durch die sportliche Betätigung gewissermaßen unter Kontrolle zu haben.

Abschließend lässt sich festhalten, dass das „Geschlecht“ eine bedeutende Rolle beim Training des Körpers darstellt. Im empirischen Teil der Arbeit werden die Unterschiede in Bezug auf das Geschlecht nochmals praxisnahe herausgearbeitet.

## 5.2 Sport und Alter

Ebenso wie es Unterschiede und Gemeinsamkeiten der Beweggründe für das Training im Fitnessstudio in Bezug auf das Geschlecht gibt, spielt auch das Alter eine bedeutende Rolle. Menschen der verschiedenen Altersgruppen weisen unterschiedliche Wünsche und Ziele hinsichtlich des Sporttreibens auf.

Breuer (2004) und Sallis (2006) (zit.n. Burrmann, 2006, S.181) betonen, dass Jugendliche und junge Erwachsene immer noch höhere Sportbeteiligungsquoten aufweisen als Erwachsene im mittleren oder hohen Alter. Zum Terminus Alter kann also festgehalten werden, dass die sportliche Betätigung tendenziell abnimmt.

Nagel (2003, zit. n. Burrmann, 2006, S.181) beschreibt, dass Frauen in Deutschland kaum weniger sportlich tätig sind als Männer; mehr als die Hälfte der 30- bis 60-Jährigen betreiben, laut eigener Auskunft, zumindest einmal in der Woche Sport.

Breuer (2004, S.53, zit.n. Burmann, 2006, S.181) führt aus, dass „regelmäßiges Sporttreiben keineswegs durchgängig eine Männerdomäne ist. Lediglich bis zu einem Alter von 34 Jahren treiben mehr Männer als Frauen regelmäßig Sport.“ Somit zeigt sich, dass die Frauen in der mittleren Lebenshälfte aktiver werden. Ebenso kann festgehalten werden, dass sowohl in jungen Jahren als auch im mittleren und hohen Alter die männlichen Sporttreibenden moderate, oder schwere körperliche Betätigungen vermehrt anstreben als die Weiblichen, wobei es bei niedrigem Niveau keine Unterschiede gibt.

In Bezug auf die Wahl der Sportorganisation zeigt sich gemäß Burrmann (2006, S.181), dass in Sportvereinen 34% Männer und 26% Frauen Mitglied sind. Dieser Umstand könnte darauf zurückgeführt werden, dass sich männliche Vereinsmitglieder vermutlich vermehrt mit ihrem Sportverein verbunden fühlen. In den kommerziellen Fitnessstudios lassen sich hier kaum noch Unterschiede aufzeigen. Weiters kann anhand der Ausführungen von Burrmann (2006, S.182) beschrieben werden, dass gesundheitsorientierte Sportformen wie Gymnastik von Frauen der Altersgruppe ab 40 Jahren vermehrt nachgefragt werden, wobei Männer dagegen den Fitnesssport und Fußball, sowie Laufen und Radfahren eher bevorzugen.

Abschließend lässt sich festhalten, dass die Sportbetätigung mit zunehmendem Alter tendenziell eher abnimmt. Es gibt jedoch ab einem gewissen Alter kaum mehr Unterschiede bei der Sportbeteiligung in Bezug auf das Geschlecht.



## **6 Beweggründe und Motivation im Sport**

In den folgenden Kapiteln werden zunächst Grundlagen zur Motivation im Sport wiedergegeben. Dabei werden kurz die theoretischen Ansätze zur Motivation dargestellt und eine Klassifizierung der Motive vorgenommen. Weiters wird näher auf die extrinsische und intrinsische Motivation eingegangen. Abschließend werden die grundlegenden Motive im Fitnesssport analysiert und diskutiert.

### **6.1 Grundlagen zur Motivation im Sport**

Gabler (2002, S.12) beschreibt, dass die Frage nach der Motivation des Sporttreibens gleichzusetzen ist mit der Frage nach dem Warum und Wozu des Verhaltens, nach den Beweggründen des Verhaltens, und danach, was uns dazu bewegt, uns so und nicht anders zu verhalten.

In den folgenden Unterkapiteln wird näher auf die verschiedenen theoretischen Ansätze zur Motivation, auf die Klassifizierung der Motive, und auf die extrinsische und intrinsische Motivation eingegangen.

#### **6.1.1 Theoretische Ansätze zur Motivation**

Enders (2007, S.3) führt aus, dass sich motiviertes Verhalten durch unterschiedliche theoretische Ansätze erklären lässt. Dabei werden verschiedene Ursachen für das Verhalten beschrieben.

Gabler (2002, zit.n. Enders, 2007, S.3ff) versucht einen Überblick über die theoretischen Ansätze zu geben:

1. Der biologisch- physiologische Ansatz geht von dem Bestreben des Organismus nach Aufrechterhaltung, oder Wiederherstellung des Gleichgewichts aus, das sich auf das innere Milieu des Organismus bezieht. Motivation wird hier als Reaktion auf einen Mangelzustand im Körper verstanden. Dabei handelt es sich grundsätzlich um die Grundbedürfnisse wie Hunger, Durst und körperliche Bewegung.
2. Der ethologisch- instinkttheoretische Ansatz hat seine Wurzeln in der Ethologie, die versucht humanpsychologische Phänomene auf Grundlage der Analyse des Verhaltens von Tieren zu erklären. Instinkte sind angeborene Verhaltensformen,

die auf innere, oder äußere Impulse mit entsprechenden Bewegungen antworten. Aggressives Verhalten kann hier als Instinkthandlung im Sinne einer Entladung aufgetauter aggressiver Energien verstanden werden. Sport dient beispielsweise in Bezug auf die Aggression als geeignetes Medium zur Entladung von Energien.

3. Der tiefenpsychologisch- triebtheoretische Ansatz geht davon aus, dass unser Verhalten durch triebhafte Impulse gesteuert wird, deren Herkunft im Unbewussten verborgen ist. Die Triebe sollen möglichst befriedigt werden. Die Lust auf Bewegung und Sport könnte durch Bewegungstrieb, beziehungsweise die Abreaktion unbewusster innerer Konflikte, hervorgerufen werden.
4. Beim behavioristischen- lerntheoretischen Ansatz ist der Trieb von ursächlicher Bedeutung. Hier beschränkt man sich auf objektiv beobachtbares und messbares Verhalten. Motiviertes Verhalten kann als Folge von Reiz- Reaktions- Einheiten (Gewohnheitsreaktionen) beschrieben werden. Somit kann Sporttreiben als Gewohnheitsverhalten aufgefasst werden.
5. Der persönlichkeits-theoretische Ansatz versucht, motivationale Aspekte mit der Persönlichkeit des Menschen in Verbindung zu bringen. Aufgrund der Beobachtung des Verhaltens von Menschen wurden Eigenschaften bestimmt, denen Klassifikationen im Sinne von Bereitschaften zugeordnet wurden. Dabei beruhen diese Bereitschaften auf den unterschiedlichen Bedürfnissen, zu denen wiederum unterschiedliche Klassifikationen vorliegen. Es liegt eine Hierarchie der Bedürfnisklassen vor, wobei niedrigere Bedürfnisse vor den hohen Bedürfnissen befriedigt werden müssen. Wenn man diese Theorie auf den Sportbereich umlegt, könnte das zum Beispiel heißen, dass im Jugendalter das niedrige Bedürfnis nach sozialer Bindung und im Laufe der Zeit, das höhere Bedürfnis nach Selbstverwirklichung hervor tritt.
6. Im kognitiv- handlungstheoretisch orientierten Ansatz wird gezeigt, dass der Mensch ein planendes, auf die Zukunft gerichtetes und sich entscheidendes Wesen ist. Der Mensch hat Ziele und versucht diese durch sein Verhalten zu erreichen. Die Handlungen sind dabei zweckgerichtet und durch Bewusstseinsprozesse gekennzeichnet.

Enders (2007, S.5) betont, dass sich der kognitiv- handlungstheoretisch orientierten Ansatz in den vergangenen Jahren gegenüber den vorher genannten Ansätzen durchgesetzt hat.

### **6.1.2 Klassifikation der Motive**

Motive werden in der empirischen Motivationsforschung in bestimmte Klassifikationen eingeteilt. Hierzu gibt es unterschiedliche Modelle von verschiedenen Autoren. Laut Enders (2007, S.9) ist das Hierarchiemodell nach Maslow (1968) ein verbreitet angewendetes Modell im motivationspsychologischen Arbeiten. Nach diesem Prinzip müssen zunächst die Grundbedürfnisse der niedrigen Art, wie Hunger und Durst, befriedigt werden, um anschließend die höheren Bedürfnisse anzustreben. Nach Heckhausen (1989, S.69) zählen zu diesen höheren Bedürfnissen die physiologischen Bedürfnisse, sowie Sicherheit, soziale Bindungen, Selbstachtung und Selbstverwirklichung.

### **6.1.3 Extrinsische und intrinsische Motivation im Sport**

Die Motivationsforschung befasst sich grundsätzlich mit zwei Motivationssträngen, da das Verhalten der Menschen entweder „von innen her“ (intrinsisch) oder „von außen her“ (extrinsisch) motiviert ist (Heckhausen, 1989, S.459).

Heckhausen (1989, S.459) geht dann von intrinsischen Handeln aus, wenn Mittel (Handlung) und Zweck (Handlungsziel) thematisch übereinstimmen, das heißt, wenn das Ziel gleichthematisch mit dem Handeln ist.

Gabler (2002, S.161) beschreibt, dass körperliche Anstrengung und psychische Herausforderung in Zusammenhang mit sportlichem Handeln gesetzt werden, was zu psychophysischen Erlebnissen und Befindlichkeitsveränderungen führt. Es wird dann von intrinsischer Motivation gesprochen, wenn dieses als motivierend wirkende emotionale Erleben einen Anreizwert der Handlung darstellt.

Nach Gabler (2002, S.161) kann intrinsisch motiviertes Handeln auf verschiedenen Aspekten beruhen. Alleine der Vollzug der Handlung selbst kann motivierend wirken, wie beispielsweise bei der körperlichen Ertüchtigung im Fitnessstudio, um alltäglichen Bewegungsmangel auszugleichen. Im anderen Fall kann auch das Erreichen des Zieles der Handlung einen Anreiz bieten, wie zum Beispiel länger auf dem Laufband durchgehalten zu haben. Dabei sind die damit verbundenen Folgen, wie zum Beispiel das Erlangen von sozialer Anerkennung, nicht von Bedeutung.

Ryan, Frederick, Lepas, Rubio und Sheldon (1997, zit.n. Enders, 2007, S.11) beschreiben, dass intrinsisch motiviertes Verhalten als eine Befriedigung durch die Ausführung der Sportart an sich gesehen werden kann. Dabei kommt es zur Befriedigung, wenn die intrinsisch motivierte Aktivität in Verbindung mit Körpererfahrung und dem Erleben von Freude steht. Fitnessstraining, das aus intrinsischer Motivation her erfolgt, hätte zum Beispiel zum Ziel, sich danach fit zu fühlen, oder sich selbst seine eigene Leistungsfähigkeit zu beweisen. Das Gefühl der Muskelspannung, oder der Spaß, die Freude an der Bewegung, können motivierend wirken.

Heckhausen (1989, S.459) führt aus, dass extrinsisches Verhalten dann vorliegt, wenn Mittel (Handlung) und Zweck (Handlungsziel) nicht thematisch übereinstimmen. Extrinsisches Handeln ist demnach die Verfolgung des Zieles mit Hilfe der sportlichen Tätigkeit.

Gabler (2002, S.165) betont, dass sportliche Handlungen vor allem den Zweck haben, soziale und gesundheitliche Ziele zu erreichen. Im Sinne von sozialem Einfluss wird hier das Anschlussmotiv genannt. Unter dem Anschlussmotiv versteht Gabler (2002, S.165) das Bestreben, Kontakte mit anderen Menschen aufzusuchen und Interaktionen aufrechtzuerhalten, die für beide Seiten befriedigend sind.

Gesundheitlich motiviertem Verhalten können verschiedenste Determinanten zu Grunde liegen. Gabler (2002, S.167) führt unterschiedliche Begründungen dieser Motivierung an. Unter anderem nennt er dabei die Bedrohung durch mögliche Erkrankungen, das Erzielen gesundheitlicher Effekte, oder die Bewertung des eigenen Gesundheitsverhaltens.

In Bezug auf den Fitnesssport lässt sich aus psychologischer Sicht festhalten, dass Menschen ein Fitnessstudio aufsuchen, um dort soziale Kontakte zu pflegen oder Anschluss zu finden. Regelmäßiges Sportausüben wirkt sich positiv auf die Gesundheit aus. Das Gesundheitsmotiv wird immer bedeutsamer für die Besucher eines Fitnessstudios.

## 6.2 Beweggründe und Motive im Fitnesssport

Heckhausen (1989) unterteilt die sportbezogene Motivation in die Auswahl und in die Steuerung von Verhalten. Dabei bezieht sich die Auswahl von Verhalten hauptsächlich auf die Motivation zum Sport, während sich die Steuerung des Verhaltens mit der Frage nach der Motivation zum Sport auseinandersetzt. Nitsch (1988, zit.n. Zarotis, 1999, S.60) beschreibt, dass bei der Motivation im Sport Motive wie Leistung, sozialer Anschluss, Geselligkeit und Macht im Mittelpunkt der Betrachtung stehen. Die Motivation zum Sport wird unter den Motiven der Zuwendungsmotivation (Einstieg in die sportliche Aktivität) oder der Ausübungsmotivation (längerfristige Ausübung der Aktivität) betrachtet. Zarotis (1999, S.61) führt dazu aus, dass das Geselligkeitsmotiv beziehungsweise das Anschlussmotiv beiden Motivationskomplexen zuzuordnen wäre. Der Wunsch nach Kontakt zu anderen Menschen kann eine Motivation zum Sporttreiben darstellen. Das Anschlussmotiv kann aber auch im Sport motivierend wirken, wenn zum Beispiel im Fitnessstudio gemeinsam mit einem Trainingspartner oder mit der Gruppe trainiert wird.

Dietrich, Heinemann und Schubert (1990, S.65) nennen unter anderem die Motive „Spaß haben“, „körperliches Wohlbefinden“ und das Gesundheitsmotiv im Zusammenhang mit kommerziellen Sportanbietern.

In einer Studie von Brehm und Eberhardt (1995, S.178) kristallisierten sich verschiedenste Beitrittsmotive für ein Fitnessstudio heraus. In der Untersuchung geht es um das Dabeibleiben oder den Ausstieg aus dem Fitnessclub. Als Beitrittsmotive nennen die Autoren „Leute kennen lernen“, „Selbstbewusstsein verbessern“, „körperliches Wohlbefinden“, „Gewichtsreduzierung“, „Muskelaufbau“, „Figurformung“, „Ärztlicher Rat“, „Bewegungsmangel abbauen“, „Ausgleich/Alltag“ sowie „Gesundheit“. In der Studie von Brehm und Eberhardt (1995, S.178) stellte sich heraus, dass das Gesundheitsmotiv sowie das Motiv des körperlichen Wohlbefindens, sowohl von den Dabeibleibern, als auch von den Aussteigern, am häufigsten genannt werden. Am wenigsten genannt werden die Motive des ärztlichen Rates, sowie das Motiv das Selbstbewusstsein zu verbessern.

Rittner (1988, zit.n. Mickler & Moser, 1988, S.206) beschreibt drei Motivkomplexe zur Erklärung der Attraktivität von Fitnessstudios:

- „Die expliziten Körperformungswünsche,
- der Wunsch nach individueller Autonomie,

- sowie der Wunsch nach Verbesserung der individuellen Gesundheit“.

Rittner (1988, zit.n. Mickler & Moser, 1988, S.207) betont weiters, dass in den vergangenen Jahren neben den Motiven Gesundheit, Aussehen und Befindlichkeit, der Spaßfaktor immer mehr in den Mittelpunkt rückt.

Rittner und Mrazek (1986a, zit.n. Mickler & Moser, 1988, S.207) führen aus, dass Fitnessstudios ihren Kunden eine bestimmte Leistung bieten müssen, damit diese motiviert sind im Club zu trainieren. Fitnessclubs zeichnen sich dadurch aus, dass man nicht zum regelmäßigen Kommen verpflichtet ist, bei fachgerechter Betreuung individuelle Bedürfnisse und Wünsche berücksichtigt werden und eine ungezwungene Atmosphäre herrscht.

Kenyon (1968, zit.n. Zarotis, 1999, S.62f) unterscheidet verschiedene Motivkomplexe in Bezug auf sportliche Aktivität:

- Leistung,
- Gesundheit,
- Wohlbefinden,
- Körpererfahrung,
- Aussehen,
- Präsentation der Sportart,
- Selbstdarstellung,
- Spannung,
- Gemeinschaft,
- und Kontakte.

Einige diese Motivkomplexe haben sich im Vergleich mit der vorliegenden Literatur als die zentralen Motive für das Sporttreiben im Fitnessstudio herauskristallisiert. Im Folgenden werden diese unterschiedlichen Motive zusammengefasst und näher betrachtet.

### 6.3 Motivkomplexe sportlicher Aktivitäten

Das folgende Kapitel hat die Beweggründe und Motive für den Besuch des Fitnessstudios zum zentralen Thema. Die in den vorhergehenden Kapiteln herausgearbeiteten

wichtigsten Motivkomplexe setzen sich aus den Bereichen Gesundheit und Fitness, Ausgleich und Wohlbefinden, Leistung, Spaß und Freude an der Bewegung, Anschluss und Geselligkeit sowie Aussehen und Ästhetik zusammen. Das Hauptziel des folgenden Kapitels ist es, die genannten Motivkomplexe näher zu betrachten und zu beschreiben.

### **6.3.1 Gesundheit und Fitness**

Der Aspekt der Gesundheit beim Sporttreiben hat eine große Bedeutung für die Menschen.

Im Sportwissenschaftlichen Lexikon (Röthig, 2003, S.222) wird der Gesundheitsbegriff allgemein beschrieben als ein Zustand des menschlichen Befindens, der zeitweise raschen Änderungen unterworfen ist und das Verhalten umfassend beeinflussen kann. Der Gesundheitsbegriff wird oftmals unterschiedlich definiert. Laut Röthig (Sportwissenschaftliches Lexikon, 2003, S.222f) können folgende Definitionsansätze voneinander unterschieden werden:

- Gesundheit als Gegensatz von Krankheit, mit dem Problem der fließenden Übergänge zwischen Gesundheit und Krankheit ;
- Gesundheit wird betrachtet als das Ideal vom Zustand vollkommenen physischen, psychischen und sozialen Wohlbefindens (Definition der Weltgesundheitsorganisation WHO von 1946), mit dem Problem, dass es im wirklichen Leben dann kaum bzw. gar keine völlig „gesunden“ Menschen geben kann;
- Gesundheit gilt als psychophysische Leistung in der Lebenswirklichkeit, mit dem auftretenden Problem der Vielfalt von Leistung und ihrer Vergleichbarkeit;
- Gesundheit wird dargestellt als skalierbare Größe besserer oder schlechterer Funktionstüchtigkeit der Organsysteme, wobei hier die ganzheitliche Dimension sowie die psychologische Komponente vernachlässigt werden;
- Gesundheit und Krankheit werden als eine von der Gesellschaft bestimmte Norm gesehen, mit dem Problem der möglichen Diskriminierung bestimmter Personen;
- Gesundheit gilt als „Normalzustand“, der aufgrund statistischer Verfahren ermittelbar ist, mit dem auftretenden Problem, dass sowohl unschädliche Abweichungen dramatisiert, als auch negative epidemische Krankheitsbilder verharmlost werden können.

In der Sportwissenschaft versucht man den Begriff der Gesundheit möglichst umfassend zu betrachten, und sowohl physische, psychische als auch soziale Elemente mit ein zu beziehen.

Röthig (Sportwissenschaftliches Lexikon, 2003, S.200) beschreibt, dass sich die Begriffe Gesundheit und Fitness nur schwer voneinander abgrenzen lassen. In der Literatur finden sich viele Überschneidungen und Gemeinsamkeiten in der Definition dieser beiden Begriffe. Wie bereits erwähnt, definiert die Weltgesundheitsorganisation (WHO) die Begriffe Gesundheit und Fitness als „vollständiges körperliches, geistiges und soziales Wohlbefinden“ und fasst somit die beiden Begriffe als Synonym zusammen.

Betrachtet man die Begriffe Lebensstil, Fitness, Gesundheit und Wohlbefinden näher, lassen sich viele Gemeinsamkeiten, aber auch unabhängige Komponenten finden. So kann ein Mensch beispielsweise trotz einer Erkrankung wie Diabetes mellitus gute Werte bei einem Test über den allgemeinen Fitnesszustand erzielen (Röthig, 2003, S.200).

Gesundheit und Sport scheinen in gewisser Weise zusammenzuhängen. Menschen betreiben Sport, weil es gesund ist. Sportliche Betätigung wird in der heutigen Gesellschaft immer wichtiger, vor allem wenn man bedenkt, dass die so genannten Zivilisationskrankheiten, wie beispielsweise Herz-Kreislaufkrankungen und Adipositas, immer mehr zunehmen. Bewegungsmangel kann als der Auslöser für zahlreiche Krankheiten gelten (Bässler, 1988, S.2).

Dreesmann (2007, S.23) betont, dass das Bedürfnis nach Wohlbefinden und Gesundheit oft eine bedeutende Rolle für die Motivation spielt, sich aktiv und sportlich zu betätigen.

Weiss (1997, S.30) definiert das Körper- und Gesundheitsbewusstsein der Menschen folgendermaßen:

„Um das Gesundheitsbewusstsein ausreichend verstehen zu können, muss man das Körperbewusstsein kennen. Das heißt, Gesundheitsbewusstsein baut auf Körperbewusstsein auf und ist gewissermaßen ein Ergebnis dieses Bewusstseins. Es ist die Aufmerksamkeit und Beachtung, die man dem Körper widmet, um ihn gesund zu erhalten.“

Der Körper und somit seine Gesunderhaltung rücken in den Mittelpunkt der Betrachtungsweise. Weiss (1997, S.30) betont, dass es in unserer Gesellschaft eine



ganze Reihe an gruppenspezifischen Unterschieden in der Definition des Gesundheitsbegriffs, oder der Zustände, die als „krank“ beschrieben werden gibt. Befragt man sportliche Menschen zu ihren Vorstellungen und Assoziationen zum Begriff und Thema „Gesundheit“, zeigt sich, dass es sich um einen auf der einen Seite selbstverständlichen, und auf der anderen Seite nicht so einfach zu bestimmenden Vorstellungsinhalt handelt. Weiss (1997, S.30) führt hier weiters aus, dass „gesund sein“ oft mit der Abwesenheit von Krankheit assoziiert wird. Ebenso spielt der Begriff der Aktivität in Bezug auf die Gesundheit eine zentrale Rolle. Unter Aktivität verstehen Menschen beispielsweise, die Aufgaben ihres alltäglichen Lebens bewältigen zu können.

Weiss (1997, S.49) beschreibt, dass auch der inhaltliche Schwerpunkt der Empfindungen, die mit Gesundheit in Zusammenhang gebracht werden, eine Rolle spielt. Empfindungen wie „sich fit zu fühlen“, oder „Lust haben, einfach loszulaufen“ werden als „positive“ Äußerungen des Körpers verstanden. Nach Weiss (1997, S.49) handelt es sich hier um „eine Art Überschuss an Lebensenergie, die zeigt, dass Gesundheit nicht nur am Funktionieren der Organe, sondern auch durch Empfindungen aus dem Leib-Seele-Verhältnis zu erkennen ist.“

Opaschowski (1994, zit.n. Dreesmann, 2007, S.23) betont, dass der Gesundheitsaspekt des Sporttreibens den Frauen wichtiger erscheint als den Männern. Der Autor weist ebenso darauf hin, dass 48% der Frauen sowie 47% der Männer „Fitness“ als Schönheits- und Lebensideal unserer Zeit ansehen. Auch Meyer (1992, zit.n. Zarotis, 1999, S.65) stellt fest, dass Frauen eine „besonders ausgeprägte Gesundheitsbezogenheit“ im Sport aufweisen. Laut Meyer steht das Gesundheitsmotiv bei den Frauen sogar an erster Stelle.

Opaschowski (1987, S.26) zeigt weiters auf, dass mit zunehmendem Alter die Bedeutung der Gesundheitsorientierung im Sport steigt. Von den 14- bis 29 Jährigen treiben 45 Prozent aus gesundheitlichen Gründen Sport. Sie bewegen sich „um körperlich fit und gelenkig zu bleiben“. Bei den über 55 jährigen Sportlern steigt der Anteil auf 69 Prozent an. Diese Zahlen bestätigen, dass das Gesundheitsinteresse bei älteren Menschen stärker ausgeprägt ist als bei den Jüngeren. Für die über 50-jährigen spielt der Fitnessfaktor eine besonders bedeutende Rolle, da ihnen bewusst ist, dass man für körperliche Fitness, Beweglichkeit und Gelenkigkeit selbst etwas tun muss.

Auch Zarotis (1999, S.70) beschreibt in Bezug auf Heinemann (1990), dass der Stellenwert von Gesundheit und Fitness erst im fortgeschrittenem Alter im Sport von Bedeutung wird.

Heutzutage spielt Gesundheit und Fitness für die meisten Menschen eine bedeutende Rolle. „Wer Sport betreibt, bleibt fit!“ - Diese Aussage über Sport und Fitness lässt sich oftmals in der Werbung und in den Medien finden. Opaschowski (1987, S.26) führt aus, dass Fitness als die „Bestform“ körperlicher Verfassung gilt, die dabei keine Frage des Alters darstellt. Fitness gilt heutzutage als Lebensideal, das von vielen Menschen angestrebt wird.

Beuker (1992, S.6, zit.n. Rampf, 1999, S.44) definiert Fitness als „die Anpassungsfähigkeit des Menschen und seines Organismus an wechselnde, allgemeine oder besondere Situationen“; „Fit sein` heißt, den Anforderungen der Gesellschaft ohne negative Komplikationen entsprechen und für sich die Möglichkeiten der Gesellschaft problemlos nutzen zu können“.

Mrazek (1988, S.191, zit.n. Rampf, 1999, S.44) beschreibt den Fitnessbegriff als Sammelbezeichnung für körperliche Leistungsfähigkeit. Fitness wird als angestrebtes Ideal in den Industriegesellschaften angesehen. Dabei wird Fitness nicht nur als körperlicher Geltungsbereich gesehen, sondern spielt auch in Bezug auf den Erfolg und die gesellschaftliche Akzeptanz eine bedeutende Rolle. Hier geht es nicht nur darum, im Sportbereich fit zu sein, sondern auch das alltägliche Leben zu meistern.

Die Fitnessbranche arbeitet mit dem Wunsch und dem Streben der Menschen nach Fitness und Gesundheit. Fitnesskonzepte bauen vermehrt auf dem Wunsch nach Gesundheit und Fitness auf.

### **6.3.2 Ausgleich und Wohlbefinden**

Sport wird von vielen Menschen als Ausgleich zu den oftmals stressigen Anforderungen des Lebens gesehen. Da heutzutage ein Großteil der Berufe eine sitzende Tätigkeit beinhalten, suchen einige Leute in ihrer Freizeit einen Ausgleich dafür, und betreiben Sport. Opaschowski (1987, S.26) beschreibt, dass jeder dritte Freizeitsportler sportlich

aktiv ist, um „Bewegungsmangel auszugleichen“ (34 Prozent), sowie einen „Ausgleich zur Arbeit“ zu haben. In diesem Zusammenhang steht auch das allgemeine Wohlbefinden, dass von jedem Menschen angestrebt wird. Dreesmann (2007, S.23) betont, dass die Gesundheit des Menschen positiv bestimmt wird durch das physische, psychische und soziale Wohlbefinden.

Im Sportwissenschaftlichen Lexikon (Röthig, 2003, S.658) wird der Begriff Wohlbefinden einerseits beschrieben als „aktueller, meist kurzzeitiger, mit positiven Gefühlen verbundener Stimmungszustand“, andererseits als „die viele Erfahrungsbereiche zusammenfassende Sicht einer Person über die Zufriedenheit mit den für diese selbst im allgemeinen jenseits solcher aktuellen Stimmungsschwankungen geltenden physischen, psychischen und sozialen Gegebenheiten“. Wohlbefinden ist rein subjektiv zu sehen und tritt bei den heutigen Wellnesskonzepten in den Vordergrund der Betrachtungsweise. Menschen wollen sich in ihrer Freizeit oftmals entspannen und einfach wohl fühlen.

Röthig (Sportwissenschaftliches Lexikon, 2003, S.658f) beschreibt in Anlehnung an Frank, dass die Komponenten des Wohlbefindens im direkten Bezug zur sportlichen Aktivität stehen. Das körperliche Wohlbefinden kann eine Motivation für das Sporttreiben darstellen:

- Zufriedenheit mit dem aktuellen Zustand des Körpers;
- Vermittlung eines Gefühls der Ruhe und Muße;
- Empfindungen von Vitalität und Lebensfreude werden ausgelöst;
- Anspannungen lassen nach und ein angenehmes Gefühl der Müdigkeit entsteht;
- Lustempfinden und Genussfreude entstehen;
- Die Konzentration und Reaktionsbereitschaft steigt;
- Ein angenehmes Körperempfinden sowie ein Gefühl der Gepflegtheit entstehen.

Abele, Brehm und Gall (1991, S.279) beschreiben Wohlbefinden folgendermaßen:

„Wohlbefinden hängt in hohem Maße mit Aktivität und dabei speziell mit Bewegungsaktivität zusammen. Der Mensch ist in seiner Entwicklung ebenso wie in seinem Befinden an biologische Gesetze gebunden. Eines der wichtigsten dieser Gesetze besagt, dass ein gesunder Organismus der Tendenz folgt, Körpersysteme und körperliche Fähigkeiten (Ausdauer, Kraft, Beweglichkeit) an körperliche Beanspruchungen anzupassen. Die Anpassungsprozesse sind durch Dosierung der Belastungen optimierbar (Richtung, Intensität, zeitlicher Umfang, zeitliche Abfolge, vgl. z.B. Weineck, 1988, 22f). Bleiben entsprechende Belastungen aus, wird die körperliche Funktionstüchtigkeit gestört. Missbefinden in vielfältiger Form ist die Folge solcher Störungen.“

In den heutigen Industriegesellschaften werden berufliche Tätigkeiten hauptsächlich sitzend durchgeführt. Auch im alltäglichen Leben werden Belastungen und körperliche Anstrengungen weitgehend vermieden. Statt der Treppe wird die Rolltreppe benützt, statt zu Fuß zu gehen, werden selbst kurze Strecken mit dem Auto bewältigt. Maschinen und Automaten machen die körperliche Bewegung unnötig. Viele Menschen erholen sich von ihren hohen psychischen Belastungen in ihrem Beruf oder Privatleben eher passiv, indem sie sich vor den Fernseher legen. Diesem Zustand sollte jedoch durch vermehrte körperliche Aktivität in der Freizeit entgegengewirkt werden. Sportliche Betätigung weist eine große Bedeutung für die Herstellung und Verbesserung der Funktionstüchtigkeit, des Wohlbefindens und der Lebensqualität auf. Abele, Brehm und Gall (1991, S.279) beschreiben, dass sportliche Belastungsreize die zentralen Faktoren der körperlichen Leistungsfähigkeit Ausdauer, Kraft und Flexibilität ansprechen, und damit die körperliche Funktionstüchtigkeit erhalten beziehungsweise wiederhergestellt wird. Dies stellt eine wesentliche Grundlage für den Erhalt oder die Wiederherstellung des Wohlbefindens dar. Die Erfahrungen, die während der Ausübung sportlicher Aktivitäten gesammelt werden, beeinflussen das aktuelle Wohlbefinden positiv. Abele, Brehm und Gall (1991, S.280) führen aus, dass die sozialen Erfahrungen, Naturerfahrungen, Leistungserfahrungen, Körpererfahrungen, sowie die Erfahrungen des Spielens im Breitensportlichen Bereich dazu gehören.

Schaut man auf den Bereich des Fitnesssports, so lässt sich hier genauso feststellen, dass das allgemeine Wohlbefinden ein angestrebter Zustand vieler Menschen ist. Dreesmann (2007, S.24) betont, dass die Sport- und Fitnessbranche die Erwartungen, Wünsche und Fantasien der Frauen aufgreift, durch Sport und Bewegung das allgemeine und spezielle Wohlbefinden wieder herzustellen, beziehungsweise es noch zu steigern. Als praktisches Beispiel kann hier das Kursangebot in Fitnessclubs herangezogen werden.

Dreesmann (2007, S.25) weist darauf hin, dass nach dem Besuch einer Aerobicstunde eine Anhebung der Stimmung auf allen Bereichen festgestellt werden kann.

Abele, Brehm und Gall (1991, S.282) beschreiben diesen Zustand folgendermaßen:

„Man fühlt sich nach Fitnessaktivitäten weniger erregt, ärgerlich, energielos und deprimiert; und man fühlt sich aktiver, in gehobener Stimmung, sowie ruhiger.“

Dies bedeutet nun, dass ein Mensch, der regelmäßig sportlich aktiv ist, seine Grundstimmung weitgehend verbessern kann. Sport steigert somit auch die Zufriedenheit, denn wer zufrieden ist, fühlt sich meist auch wohler.

Rampf (1999, S.44) beschreibt die Wichtigkeit des Wohlbefindens in Zusammenhang mit dem Fitnesssport anhand der Ergebnisse einer Studie von Brehm und Eberhardt (1995). In dieser Untersuchung stellte sich heraus, dass 92,7% der Männer und 93,9% der Frauen durch Fitnesstraining ihr körperliches Wohlbefinden verbessern wollen.

Ebenso weist Kröner (1976, zit.n. Zarotis, 1999, S.67) darauf hin, dass die Frauen im Sport häufiger einen Ausgleich zur Arbeit suchen und sich entspannen wollen.

Zarotis (1999, S.67) führt anhand der Untersuchungsergebnisse von Meyer (1992) an, dass der Sport für die Frauen einen Ausgleich zum Beruf oder Haushalt darstellt. Hier liegen Ergebnisse von 70,5% für Männer und 78,3% für Frauen vor.

Nach Barb-Priebe (1991, zit.n. Zarotis, 1999, S.70) zeigt sich in Bezug auf das Alter, dass die Bedeutung des Ausgleichs- Motivs mit zunehmendem Alter sinkt.

Anhand der Untersuchungsergebnisse aus der Literatur lässt sich festhalten, dass das Wohlbefinden, neben dem Stressausgleich, zu den wichtigsten Motivationsgründen zählt, um Fitnesssport zu betreiben.

### **6.3.3 Leistung**

Röthig (Sportwissenschaftliches Lexikon, 2003, S.332) beschreibt den Begriff Leistung allgemein als Vorgang oder auch als das Ergebnis von Handlungen. Oftmals können auch die Anforderungen, die an jemanden gestellt werden, als Leistung bezeichnet werden.

Die Erbringung von Leistung im Sport kann als motivierend wirken. Im Sportwissenschaftlichen Lexikon (Röthig, 2003, S.341) wird der Begriff der Leistungsmotivation in Anlehnung an Heckhausen beschrieben als „das Bestreben, die eigene Tüchtigkeit in all jenen Tätigkeitsbereichen zu steigern oder möglichst hochzuhalten, in denen man einen Gütemaßstab für verbindlich hält und deren Ausführung deshalb gelingen oder misslingen kann.“

Das bedeutet, dass das Streben nach Leistung immer in Verbindung mit der Hoffnung auf Erfolg und der Angst vor Misserfolg steht. Hier werden die sportlichen Handlungen aufgrund ihres erwarteten Ausgangs durchgeführt. Man unterscheidet hier zwischen Erfolgsmotivation und Misserfolgsmotivation (Röthig, 2003, S.341).

Röthig (Sportwissenschaftliches Lexikon, 2003, S.341) führt weiters aus, dass die Variablen Erfolg und Misserfolg als relativ stabile persönlichkeitspezifische Dispositionen zu verstehen sind, die zu einem großen Teil von früheren Erfahrungen beeinflusst werden. Untersuchungen zeigen, dass sich Menschen, die den Erfolg einer Aktivität erwarten, ihren individuellen Fähigkeiten entsprechend realistische Ziele setzen. Menschen, die auf das Misslingen einer Handlung fixiert sind, wählen im Gegensatz dazu von vornherein zu leichte oder zu schwere Aufgaben, und geben bei Problemen schneller auf.

In Bezug auf das Fitnessstraining muss der Leistungsaspekt differenziert betrachtet werden; auf der einen Seite steht Leistung für das Messen und Vergleichen mit anderen Personen, auf der anderen Seite geht es um die individuelle Leistungsverbesserung. Rampf (1999, S.46) zeigt in Anlehnung an eine Studie von Brehm und Eberhardt (1995), dass Fitnesssportler/innen weniger den Wettkampf untereinander suchen, sondern ihre persönliche Leistungsfähigkeit kontinuierlich verbessern möchten, wobei hier Anstrengung und Belastung von großer Wichtigkeit sind. Das individuelle Leistungsstreben hat somit mehr Bedeutung für die Fitness- Aktiven als der Vergleich mit anderen Sportlern. Der Aspekt, sich laufend zu verbessern, und somit das individuelle Leistungspotential optimal auszuschöpfen, steht im Mittelpunkt der Betrachtungsweise sportlicher Aktivität (Rampf, 1999, S.46).

Zarotis (1999, S.68f) nennt zahlreiche Studien, die belegen, dass Männer in Bezug auf das Leistungs- Motiv deutlich höhere Werte aufweisen als Frauen. Ein Beispiel dafür wären die Untersuchungsergebnisse von Mrazek und Rittner (1986, S.65), bei denen sich herausstellte, dass für Frauen Motive wie Spaß, Wohlbefinden und gutes Aussehen zu den wichtigsten Gründen für das Sporttreiben zählen. Im Gegensatz dazu sind den Männern das Leistungsmotiv, sowie das Streben nach Gesundheit und Fitness etwas wichtiger als den Frauen.

Laut Opaschowski (1987) spielt das Leistungsmotiv im Freizeitsport eine geringere Rolle, und wird zunehmend von andern Motivkomplexen wie „Spaß“ und „Gesundheit“ verdrängt.

### **6.3.4 Spaß und Freude an der Bewegung**

Opaschowski (1987, S.25) betont, dass 75% aller Freizeitsportler die sportliche Betätigung in erster Linie mit Spaß verbinden, auch wenn sie körperlich noch so anstrengend erscheint. In der Mitte des 19. Jahrhunderts diente das Sporttreiben noch vor allem der Erholung und stellte einen körperlichen Ausgleich zur Arbeit dar. Heutzutage rückt das Spaßmotiv immer mehr in den Mittelpunkt der Betrachtungsweise. Menschen treiben Sport, weil es ihnen Vergnügen bereitet sich zu bewegen.

Opaschowski (1987, S.25) beschreibt das Spaßmotiv im Zusammenhang mit dem Freizeitsport folgendermaßen:

„Freizeitsport hat eine motivationale Erlebnisqualität, in deren Mittelpunkt der Spaß, also Freude, Lust, Vergnügen und Lebensgenuss stehen.“

Opaschowski (1987, S.25) führt weiters aus, dass es speziell in der Freizeit wichtig ist, etwas zu machen, das Spaß macht, sonst wechselt man zu einer anderen Beschäftigung. Fitnessstudiobesitzer sollten das Spaßmotiv unbedingt bei der Gestaltung ihres Angebots berücksichtigen. Wer die Spaß- Komponente vernachlässigt, plant an der Hauptmotivation der Zielgruppe vorbei.

Gemäß Schulze (1995, S.97, zit.n. Dreesmann, 2007, S.27) kann die Spaßmotivation folgendermaßen beschrieben werden:

„Bei der Selbstinterpretation unserer Alltagsästhetik steht allerdings etwas anderes im Vordergrund. Als Hauptsache erscheint uns das Vergnügen, nicht die Distinktion oder normative Identifikation, mag die Soziologie dazu auch den Kopf schütteln. [...] Entweder wird der Spaß am Leben als vordergründig betrachtet, was in der Soziologie meist genügt, um ein Phänomen aus der Welt der realen Dinge hinauszukatapultieren, oder der Spaß ist >>ideologisch<< und damit zwar zugelassen in der Wirklichkeit der Soziologie, aber nur als fiktiver Tatbestand, hinter dem die unerbittlichen Interpreten die >>eigentlichen<< Bedeutungen dingfest machen.“

Laut Dreesmann (2007, S.27) ist Spaß als rein subjektive Empfindung zu sehen. Was den Menschen Spaß macht, bleibt jedem selbst überlassen.

Abschließend ist nochmals festzuhalten, dass das Spaßmotiv immer mehr in den Mittelpunkt der Betrachtungsweise vieler Menschen rückt.

### **6.3.5 Anschluss und Geselligkeit**

Laut Gabler (2002, S.165f) versteht man unter dem Anschlussmotiv „das Bestreben, Kontakte mit anderen Menschen aufzusuchen und Interaktionen aufrechtzuerhalten, die für beide Seiten befriedigend sind.“ Dabei kann das Bestreben den Kontakt zu Menschen zu halten auch mit anderen Zielen verbunden sein, beispielsweise um soziale Anerkennung zu erhalten, Hilfe zu finden oder auch andere zu beherrschen. Ein spezieller Vorteil der Fitnessstudios liegt darin, dass der Sport individuell und somit unabhängig von anderen Personen ausgeführt werden kann. Im Gegensatz dazu liegt der Schwerpunkt im Verein eher bei Sportarten, die nur in der Gruppe ausgeführt werden können. Viele Menschen besuchen einen Fitnessclub, weil sie hier unabhängig von Zeit oder anderen Leuten sportlich tätig sein können. Andere wiederum suchen gerade deshalb ein Fitnessstudio auf, um dort Freunde und Bekannte zu treffen, neue Kontakte zu knüpfen, und neue Menschen kennen zu lernen.

In der vorliegenden Literatur lassen sich unterschiedliche Ergebnisse in Bezug auf die sozialen Aspekte finden:

Rampf (1999, S.48) beschreibt in Anlehnung an die Studie von Brehm (1995, S.7), dass die Fitnesssportler/innen den kommunikativen Aspekten wie „mit netten Leuten zusammen sein“, „Kontakte knüpfen“ und „Kontakte pflegen“ weniger Bedeutung zuschreiben. In der Studie stellte sich heraus, dass der kommunikative Aspekt für 38,5% der Fitness-Aktiven wichtig ist. Vergleicht man allerdings die Geschlechter miteinander, treten signifikante Unterschiede auf. 48,3% der befragten Männer suchen den Kontakt zu anderen Menschen im Fitnessstudio, während nur 30,5% der Frauen Kontakte knüpfen wollen.

Zarotis (1999, S.68) bestätigt dieses Ergebnis anhand der Untersuchung von Brehm und Kurz (1988). Hier wurde ebenfalls festgestellt, dass die Männer ein stärkeres Interesse an sozialen Kontakten aufweisen als die Frauen. 70% der Männer und 50% der Frauen pflegen den regelmäßigen Kontakt zu Leuten aus ihrer Sportgruppe oder aus dem Sportverein.



Im Gegensatz dazu beschreibt Zarotis (1999, S.67) in Bezug auf die Studien von Artus (1974) und Heinemann (1990), dass der Motivkomplex „Geselligkeit, Kontakt und Anschluss“ als frauenspezifisch zu charakterisieren ist. Frauen haben den verstärkten Wunsch nach gemeinschaftlicher Sportbetätigung, die sozialen Motive sind bei ihnen stärker ausgeprägt als bei den Männern.

Interessant erscheinen auch die Ergebnisse der Studie von Abele/Brehm (1990). Hier kam heraus, dass den Aerobicteilnehmer/innen das Kontaktmotiv (neue Bekanntschaften knüpfen, Bekanntschaften pflegen) von geringer Wichtigkeit ist.

Auch Opaschowski (1987, S.28) beschreibt, dass den Freizeitsportlern das persönliche Wohlbefinden und Vergnügen wichtiger ist als der Kontakt und das Zusammensein mit anderen Menschen. Das Zusammensein mit anderen wird nur von jedem fünften Sportler als wichtig eingeschätzt. Sportpartner dienen lediglich dem eigenen Ansporn und werden oftmals als Gegner gesehen. Interessant erscheint auch, dass nur 8% der Freizeitsportler beim Sporttreiben „nette Leute kennenlernen“ möchten. Lediglich 4% der Sportler möchten durch den Freizeitsport neue Freunde gewinnen.

Die Ergebnisse der genannten Studien sollten vormals kritisch betrachtet werden. Es ist möglich, dass es einigen Menschen schwer fällt zuzugeben, dass sie im Fitnessstudio den Kontakt zu anderen Menschen suchen und nicht das reine Sporttreiben im Mittelpunkt steht.

### **6.3.6 Aussehen/ Ästhetik**

Ästhetik wird im Sportwissenschaftlichen Lexikon (Röthig, 2003, S.53) formal als die Lehre von der sinnlichen Wahrnehmung, Erfahrung, Anschauung und Erkenntnis, sowie umgangssprachlich als Ausdruck von Schönem beschrieben. Im Bereich des Sports wird Ästhetik zu einem Attribut für einen schönen Körper und für harmonische Bewegungsformen.

Das Schönheitsideal verändert sich im Laufe der Zeit, und lenkt seine Konzentration immer mehr auf die Frauenwelt. Posch (1999, S.48) beschreibt das aktuelle Schönheitsideal in ihrem Buch „Körper machen Leute - der Kult um die Schönheit“ folgendermaßen:

„Das gegenwärtige ästhetische Ideal ist definiert durch einen extrem schlanken Körper und möglichst lang währende Jugendlichkeit.“

Nicht nur Männer streben den Aufbau der Muskulatur an, um einen schönen Körper zu bekommen beziehungsweise zu erhalten. Auch Frauen widmen sich verstärkt dem Krafttraining, um einen straffen, fest geformten Körper zu erlangen. Posch (1999, S.157f) führt aus, dass die Motive und Beweggründe für die Sportaktivität der Menschen vom jeweiligen Schönheitsideal geprägt sind. Die männlichen Sportler konzentrieren sich vermehrt auf die Bereiche der Arme, Schultern und der Brust, wohingegen die weiblichen Sportaktiven ihr Augenmerk auf die Beine, das Gesäß und den Bauch richten. Posch (1999, S.158) betont, dass der Sport nicht mehr nur der Fitness und Gesundheit alleine dient, sondern vor allem auch der Schönheit. „Fit sein“ ist in der heutigen Gesellschaft gleich zu setzen mit „schön sein“.

Posch (1999, S.158) schreibt, dass den Fitnesstreibenden die Körper- und Aussehensaspekte (Figur, Aussehen usw.) sehr wichtig zu sein scheinen. Diese Aspekte beeinflussen das äußere Erscheinungsbild und die Selbstdarstellung einer Person. Das Auftreten der Menschen verändert sich, wenn sie mit ihrem Körper und Aussehen zufrieden sind. Sport kann einen positiven Einfluss darauf haben.

Rampf (1999, S.45) beschreibt anhand einer Studie von Brehm (1995, S.5), dass es für die Fitnesssportler wichtig ist, eine sportliche Figur zu bekommen, ihr Gewicht zu regulieren und den eigenen Körper kennen zu lernen und zu erfahren. Die Gewichtreduktion sowie das Erreichen eines sportlichen Körpers spielt vor allem beim Kraft- und Ausdauertraining an den Geräten eine bedeutsame Rolle. Rampf (1999, S.45) beschreibt in Anlehnung an Brehm/Eberhardt (1995), dass die Formung der Figur für 89,6% der Frauen eine etwas stärkere Bedeutung hat als für die Männern mit 78,5%. Auch das Ziel, das Körpergewicht zu reduzieren, war für 60% der Frauen und knapp 50% der Männer von großer Wichtigkeit.

Zarotis (1999, S.66) nennt zahlreiche Studien, die belegen, dass die Frauen eine deutlich höhere Nennhäufigkeit bei dem Motivkomplex „Aussehen, Figur und Gewicht“ aufweisen als die Männern.

Opaschowski (1987) bestätigt dieses Ergebnis. Das Motiv der Figurverbesserung hat für die Frauen mit 26% einen höheren Stellenwert als für die Männer mit nur 6%. Diese

Untersuchungsergebnisse bestätigen die ansteigende Bedeutung von Schönheit und Schlankheit in unserer Gesellschaft. Davon scheinen vor allem die Frauen betroffen zu sein.

Kugelman (1996, S.134) führt in Anlehnung an die Wirtschaftsanalyse „Fitness-Wirtschaft“ im Jahr 1992 in Deutschland aus, dass die weiblichen Fitnessaktiven ca.50% der Mitglieder in den Fitnessstudios ausmachen. Bei den über 30-jährigen liegen die Ergebnisse noch höher. Das Ziel der Frauen im Alter zwischen 20 und 45 Jahren ist es, eine sportliche Figur zu bekommen, und ihr Aussehen zu verbessern.

Kugelman (1996, S.133) betont, dass die von der Gesellschaft vorgegebenen Weiblichkeits- und Männlichkeitsbilder vor allem durch die Darstellung von schönen, sportlich-dynamischen (männlich) oder sexy, jugendlich-straffen (weiblich) Körper anschaulich gemacht und verbreitet werden. Die Modeindustrie und die Medien tragen einen entscheidenden Teil dazu bei, dass Frauen und Männer ein bestimmtes Bild des perfekten Körpers ständig vor Augen haben. Kugelman (1996, S.132) beschreibt weiters, dass stereotype Weiblichkeitsbilder vorliegen, nach denen die Frauen nicht nur attraktiv und jugendlich aussehen, sondern auch fit und leistungsfähig sein sollen. Diese Weiblichkeitsbilder stellen das angestrebte Ziel vieler weiblicher Fitnessstrebenden dar. Sie wollen ihren Körper durch das Training im Fitnessstudio anhand der vorliegenden Schönheits- und Schlankkeitsideale formen. Dabei unterscheiden sich die Auswahl und die Ziele der Trainingsübungen von denen der trainierenden Männer. Frauen nützen oft das Angebot an Aerobic- und Gymnastikstunden oder arbeiten an verschiedenen Kraftgeräten, um Problemzonen weitgehend zu beseitigen und ihre Traumfigur zu erhalten. Männer benützen meist andere Kraftgeräte als Frauen und streben den Muskelaufbau an, um stark und männlich zu wirken.

## 7 Forschungskonzept

In diesem Kapitel wird die Vorgehensweise der vorliegenden Untersuchung beschrieben. Der Fragebogen wurde hierbei als Medium für die Befragung ausgewählt. Der Fragebogen wird im folgenden Kapitel näher beschrieben und ist im Anhang zu finden. Weiters wird die Durchführung der Untersuchung sowie die Vorgehensweise bei der Befragung kurz beleuchtet. Ebenso werden die Fragestellungen und die zu prüfenden Hypothesen beschrieben. Abschließend werden die Methoden der statistischen Auswertung näher erläutert.

### 7.1 Der Fragebogen

Im ersten Schritt der Untersuchung musste zunächst ein geeigneter Fragebogen erstellt werden. Das Ziel der vorliegenden Untersuchung bestand darin, 50 männliche und 50 weibliche Mitglieder von Fitnessstudios zu befragen, um Aussagen über die Beweggründe und Motive für das Training treffen zu können und die beiden Geschlechter dann anschließend miteinander zu vergleichen. Befragt wurden Personen im Alter zwischen 30 und 50 Jahren.

Der Fragebogen umfasst 5 Seiten und setzt sich aus 5 Abschnitten zusammen. Die Fragebogenuntersuchung umfasst anfangs soziodemographische Daten wie Geschlecht, Alter, Familienstand, Ausbildung und Beruf. Weiters wurden die Probanden nach der Bewertung der Wichtigkeit verschiedener Aspekte und Lebensbereiche befragt. Dabei wurden die wichtigsten Aspekte und Bereiche im Leben wie Politik, Familie/ Verwandtschaft, Sport/ Fitness, Freunde und Bekannte, Glaube/ Religion/ Kirche, Beruf, ethnische oder nationale Zugehörigkeit sowie Kunst und Musik anhand einer Skala von 0 bis 100 bewertet, in der 0 nicht wichtig und 100 außerordentlich wichtig bedeutet. Der nächste Abschnitt des Fragebogens umfasst die Bewegungsbiographie der Fitnessstudio Mitglieder, wobei zunächst nach der Länge der bisherigen Trainingsjahre, sowie nach zusätzlichen Sporttreiben und den dazugehörigen Sportarten gefragt wird. Ein weiterer Abschnitt widmet sich der Nutzungsstruktur des Fitnessstudios. Dabei wird näher auf die Häufigkeit des Trainings sowie auf die Nutzung der verschiedenen Trainingsbereiche im Fitnessstudio eingegangen. Der vierte Abschnitt des Fragebogens setzt sich mit den Beweggründen und Zielsetzungen für das Training auseinander. Dabei werden 15 Aussagen über die Motivation für den Besuch eines Fitnessclubs mit einer fünfstufigen Skala bewertet, wobei den Probanden verschiedene Antwortmöglichkeiten zur Verfügung stehen:

- stimme stark zu (1)
- stimme zu (2)
- neutral/weiß nicht (3)
- lehne ab (4)
- lehne stark ab (5)

Im letzten Abschnitt des Fragebogens wird noch kurz auf die sozialen Kontakte der Fitnessstudio Besucher eingegangen.

## 7.2 Durchführung der Untersuchung

Die empirische Untersuchung wurde mittels Fragebogenuntersuchung in drei verschiedenen Fitnessstudios in Wien, Floor A Fitness, Club Danube Ottakring und Body Plus, durchgeführt. Die Befragung fand im Zeitraum November bis Dezember 2009 statt und verlief weitgehend problemlos. Berechtig zur Teilnahme waren alle Personen, die regelmäßig in einem Fitnessstudio trainieren und der Altersgruppe zwischen 30 und 50 Jahren angehören. Dabei wurden insgesamt 120 Fragebögen ausgeteilt. Davon konnten 100 Stück statistisch erhoben werden, 20 mussten aufgrund unzureichender Angaben ausgeschieden werden.

## 7.3 Fragestellungen und Hypothesen

Die Hauptfragestellungen der vorliegenden Arbeit sind folgende:

- Warum betreiben immer mehr Menschen Sport im Fitnessstudio?
- Welche Beweggründe haben Menschen, in einem Fitnessstudio zu trainieren?
- Welche Erwartungen und Wünsche haben Frauen und Männer wenn sie ein Fitnessstudio aufsuchen?
- Welche Unterschiede gibt es im Bezug auf die Benutzung der verschiedenen Bereiche (HerzKreislauftrainingsbereich, Gerätebereich, Aerobicsaal, Wellnessbereich) des Fitnessstudios zwischen Frauen und Männern?
- Welche Unterschiede gibt es bezüglich der Beweggründe für das Training im Fitnessstudio bei Frauen und Männern?

Anhand der vorliegenden Fragestellungen und im Zuge der Recherchen wurden 13 verschieden Hypothesen aufgestellt.

Ziel dieser Studie ist die Überprüfung der folgenden Hypothesen auf etwaige signifikante Unterschiede zwischen männlichen und weiblichen Fitnessclubbesuchern.

- Nullhypothese 1: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich der Benutzung des Herzkreislauftrainingsbereichs.
- Nullhypothese 2: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich der Benutzung des Gerätebereichs.
- Nullhypothese 3: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich der Benutzung des Aerobicsaals.
- Nullhypothese 4: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich der Benutzung des Wellnessbereichs.
- Nullhypothese 5: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern in Bezug auf folgende Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich mich gerne bewege.“
- Nullhypothese 6: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern in Bezug auf folgende Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich dabei neue Leute kennen lerne.“
- Nullhypothese 7: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern in Bezug auf folgende Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich körperliche Leistung erbringen möchte.“
- Nullhypothese 8: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern in Bezug auf folgende Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich mich austoben und „auspowern“ möchte.“
- Nullhypothese 9: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern in Bezug auf folgende Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, um Muskeln aufzubauen.“
- Nullhypothese 10: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich des Aspekts „Attraktivität/ Aussehen“.
- Nullhypothese 11: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich des Aspekts „Fitness/ Gesundheit“.

Nullhypothese 12: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich des „sozialen Aspekts“.

Nullhypothese 13: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich des „medizinischen Aspekts“.

## 7.4 Statistische Auswertung

Die Auswertung der Fragebögen wurde mit Hilfe des Statistikprogramms SPSS („Statistical Package for the Social Sciences“) Version 15 für Windows durchgeführt. Die Tabellen und Diagramme wurden in Microsoft Excel und Word erstellt.

Bässler (1986, S.81) beschreibt die Zielsetzungen und Anwendungsbereiche der statistischen Methoden folgendermaßen:

1. die übersichtliche Darstellung von Einzeldaten in Tabellen und Graphiken;
2. die Charakterisierung der Daten mit Maßzahlen;
3. die Analyse von Zusammenhängen oder Unterschieden;
4. die Verallgemeinerung im Sinne des induktiven Schlusses (Repräsentativität);
5. sowie die Quantifizierung der Zuverlässigkeit von Aussagen (Quantifizierung des Risikos eines Irrtums, Angabe von Vertrauensgrenzen).

Man unterscheidet die beschreibende Statistik (Deskriptive Statistik) von der Prüfstatistik (Inferenzstatistik). In meiner Untersuchung wurde sowohl mit der Deskriptiven Statistik als auch mit der Prüfstatistik gearbeitet.

Bässler (1986, S.81) führt aus, dass die beschreibende Statistik die Darstellung und Beschreibung von Untersuchungsergebnissen mittels Tabellen, Graphiken und Maßzahlen zum Ziel hat. Dabei werden Stichproben durch Angabe quantitativer Kennwerte zum Beispiel von Mittelwerten, Streuungen und Korrelationskoeffizienten charakterisiert.

Ziel der Prüfstatistik ist das Vergleichen von statistischen Kennwerten und das Überprüfen, ob sie sich voneinander signifikant unterscheiden (Bässler, 1986, S.81). Die Prüfstatistik will feststellen, ob sich die Kennwerte „echt“ oder „zufällig“ voneinander unterscheiden (Bässler, 1986, S.125). Durch die Prüfstatistik soll ermöglicht werden, verlässliche Aussagen über Sachverhalte und Personengruppen zu machen, ohne diese

in vollem Umfang untersucht zu haben. Dabei wird von der Stichprobe auf die Grundgesamtheit geschlossen. Bässler (1986, S.125) beschreibt, dass dieser so genannte Induktionsschluss nur Wahrscheinlichkeitsaussagen zulässt, die ungenau, beziehungsweise mit einem Risiko verbunden sein können. Bässler (1986, S.125f) führt weiters aus, dass dieses Risiko durch die statistische Absicherung auf einem festgelegten Signifikanzniveau Alpha von 5% angegeben wird.

Laut Bässler (1986, S.127) gilt folgendes für die Irrtumswahrscheinlichkeit Alpha:

$p > 0.05$	nicht signifikant
$p < 0.05$	signifikant
$p < 0.01$	sehr signifikant
$p < 0.001$	hoch signifikant

Das bedeutet folglich, dass Signifikanzwerte von kleiner oder gleich 0,05 auf signifikante Unterschiede und somit auf die Zurückweisung der Nullhypothese hinweisen. Werte größer als 0,05 bestätigen hingegen eine Annahme der aufgestellten Nullhypothese.

In meiner Untersuchung erfolgte die Signifikanzprüfung zur Überprüfung der Hypothesen auf Unterschiede auf dem 5% Niveau.

#### **7.4.1 Prüfung auf Unterschiede zwischen zwei Stichproben**

Im Zuge der vorliegenden Untersuchung wurden sowohl ordinalskalierte als auch intervallskalierte Testvariablen mittels der dafür am besten geeigneten statistischen Verfahren auf signifikanten Unterschied geprüft. Zunächst musste mit Hilfe des Kolmogorov-Smirnov-Tests und des Histogramms festgestellt werden, ob die Stichproben ausreichend normalverteilt sind.

Bei ausreichender Normalverteilung der Daten durfte ein T-Test für unabhängige Stichproben gerechnet werden. Vorher musste noch die Homogenität der Varianzen mittels Levene-Test überprüft werden. Das Computerprogramm SPSS gibt zum Ergebnis des T-Tests auch immer gleich das Ergebnis des Levene-Tests aus. Von gleichen Varianzen geht man aus, wenn bei einer Stichprobe der Signifikanzwert größer oder gleich 0,05 ist. Da die Normalverteilung der Daten nur selten gegeben war, wurde auch



bei den intervallskalierten Variablen hauptsächlich mit dem Mann-Whitney U-Test gerechnet.

Zur Überprüfung der Hypothesen mit ordinalskalierten Testvariablen wurde der Mann-Whitney U-Test verwendet.

## 8 Datenreduktion

In diesem Kapitel werden alle 15 Items zur Motivation für das Sporttreiben im Fitnessstudio zusammengefasst und mittels Faktorenanalyse überprüft. Der kritische Wert der Faktorladungen lag bei 0,5 und darüber.

Die Faktorenanalyse kann nach Bühl und Zöfel (2002, S.465) folgendermaßen beschrieben werden:

„Die Faktorenanalyse ist ein Verfahren, das eine größere Anzahl von Variablen anhand der gegebenen Fälle auf eine kleinere Anzahl unabhängiger Einflussgrößen, Faktoren genannt, zurückführt. Dabei werden diejenigen Variablen, die untereinander stark korrelieren, zu einem Faktor zusammengefasst. Variablen aus verschiedenen Faktoren korrelieren gering untereinander. Ziel der Faktorenanalyse ist es also, solche Faktoren zu ermitteln, welche die beobachteten Zusammenhänge zwischen den gegebenen Variablen möglichst vollständig erklären.“

Voraussetzungen für die Faktorenanalyse:

- Eine größere Anzahl von Variablen soll auf eine kleinere Anzahl zugrunde liegender hypothetischer Größen (= Faktoren) zurückgeführt werden.
- Es erfolgt dabei eine Datenreduktion.
- Diese Faktoren werden so gebildet, dass die Items (=Testfragen) innerhalb eines Faktors untereinander stark korrelieren (hoch korrelierende Items erfassen die selbe Eigenschaft).
- Zu verschiedenen Faktoren gehörende Variablen sollen nur schwach oder gar nicht miteinander korrelieren.
- Die Faktoren sollen inhaltlich möglichst klar und eindeutig interpretierbar sein.
- Die Daten sollen in etwa normalverteilt sein und Intervallskalenniveau aufweisen beziehungsweise metrisch sein.
- Der (Faktor-) Eigenwert ist jener Anteil der gesamten Itemvarianz in absoluten Zahlen, der durch einen einzelnen Faktor erklärt wird. Der Eigenwert soll zumindest größer als 1 sein.
- Der Scree-Plot ist eine Graphik, bei der die Eigenwerte der Faktoren einer Faktorenanalyse dargestellt werden.

(Iro, 2009)

Zur Beurteilung, ob die Daten für die Faktorenanalyse geeignet sind, wird das Kaiser-Meyer-Olkin-Kriterium (KMO) Maß verwendet. Dabei ist die Prüfgröße das MSA (measurement of sampling adequacy), welches folgendermaßen bewertet wird:

- MSA größer/ gleich 0,9 gilt als exzellent,
- MSA größer/ gleich 0,8 gilt als sehr gut,
- MSA größer/ gleich 0,7 gilt als gut,
- MSA größer/ gleich 0,6 gilt als mittel,
- MSA größer/ gleich 0,5 gilt als schlecht,
- MSA kleiner 0,5 gilt als ungeeignet für die Faktorenanalyse.

(Iro, 2009)

Die Faktorenanalyse erfolgte anhand der oben angeführten Punkte und Voraussetzungen. Das KMO- Maß wurde zur Beurteilung der Daten verwendet.

Die Variablen mussten anschließend an die Faktorenanalyse mittels Reliabilitätsanalyse überprüft werden. Dabei zeigt ein Cronbach-Alpha-Wert von über 0,6, dass die Zusammenfassung der Aussagen möglich ist.

Bühl und Zöfel (2002, S.455) beschreiben die Reliabilitätsanalyse folgendermaßen:

„Die Reliabilitätsanalyse (auch: Itemanalyse oder Aufgabenanalyse) beschäftigt sich mit der Zusammenstellung von einzelnen Items (Aufgaben) zu einem Test. Sie prüft nach verschiedenen Kriterien, welche Einzelaufgaben sich für den Gesamttest als brauchbar und welche als unbrauchbar erweisen.“

In meiner Untersuchung wurden zuerst alle 15 Items zu den Beweggründen und Zielsetzungen für das Training einer Faktorenanalyse unterzogen. Dabei wurden zunächst 5 verschiedene Faktoren ermittelt, wobei Ladungen unter 0,5 sowie Items mit doppelter Ladung herausgefiltert wurden. Weiters musste ein Item aus inhaltlichen Gründen herausgefiltert werden. Danach wurden die restlichen Items einer weiteren Faktorenanalyse unterzogen. Dabei ergaben sich 4 verschiedene Faktoren, die auch inhaltlich gut zusammenpassen.

## 8.1 Beweggründe und Zielsetzungen für das Training

Der vierte Abschnitt des Fragebogens diente dazu, die Beweggründe und Zielsetzungen für das Training der Fitnessclubbesucher zu ermitteln. Aus den insgesamt fünfzehn Aussagen konnten mittels Datenreduktion vier Faktoren herausgefiltert werden.

In der folgenden Tabelle werden die Prozentwerte der erklärten Varianz hinsichtlich der Motivation dargestellt.

**Tabelle 1: Faktoren und erklärte Varianz - Motivation**

<i><b>Faktoren</b></i>	<b>% der Varianz (Motivation)</b>
Attraktivität/ Aussehen	29,527
Gesundheit/ Fitness	17,383
Sozialer Aspekt	16,176
Medizinischer Aspekt	11,11

Quelle: eigene Erhebung

Das KMO- Maß beträgt 0,632, was auf eine mittlere bis gute Aussagekraft schließen lässt. Der Eigenwert liegt bei allen Faktoren über 1. Dies ist auch anhand des Scree-Plots ersichtlich.

Drei der insgesamt fünfzehn Aussagen zur Motivation konnten zum Faktor Attraktivität/ Aussehen zusammengefasst werden. Dieser Faktor misst die Wichtigkeit des Aussehens, des Körpers und der Attraktivität allgemein. Er erklärt, inwieweit das Training im Fitnessstudio von Aussehens- beziehungsweise von Figuraspekten bestimmt wird.

**Tabelle 2: Faktoren- und Reliabilitätsanalyse Attraktivität/ Aussehen**

<b>Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu bzw. lehnen sie ab?</b>	<b>Faktorladung</b>	<b>% der Varianz</b>	<b>Cronbach Alpha</b>
Ich trainiere im Fitnessstudio, um einen schlanken Körper zu bekommen, und damit besser auszusehen.	0,921	29,527	0,918
Ich trainiere im Fitnessstudio, um attraktiv auszusehen.	0,918		
Ich trainiere im Fitnessstudio, um einen schönen Körper zu bekommen.	0,912		

Quelle: eigene Erhebung

Tabelle 2 zeigt, dass der extrahierte Faktor 29,527 Prozent der Varianz hinsichtlich Attraktivität/ Aussehen klärt und einen Cronbach-Alpha-Wert von 0,918 aufweist, was auf eine sehr große Übereinstimmung der Items untereinander hinweist.

Vier der fünfzehn Aussagen konnten zum zweiten Faktor Fitness/ Gesundheit zusammengeschlossen werden. Dieser Faktor misst die Wichtigkeit des Gesundheitsfaktors beim Training sowie den Wunsch der Fitnessclubbesucher nach Ausgleich, Entspannung und körperlicher Fitness.

**Tabelle 3: Faktoren- und Reliabilitätsanalyse Fitness/ Gesundheit**

<b>Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu bzw. lehnen sie ab?</b>	<b>Faktorladung</b>	<b>% der Varianz</b>	<b>Cronbach Alpha</b>
Ich trainiere im Fitnessstudio, um gesund zu bleiben.	0,727	17,383	0,610
Ich trainiere im Fitnessstudio, um einen Ausgleich zu meinem alltäglichen Leben zu finden.	0,712		
Ich trainiere im Fitnessstudio, um mich zu entspannen.	0,674		
Ich trainiere im Fitnessstudio, um körperlich fit zu sein.	0,633		

Quelle: eigene Erhebung

Tabelle 3 zeigt die Formulierungen zum Faktor Fitness/ Gesundheit sowie die Varianzerklärung und den Cronbach-Alpha-Wert. Der Prozentanteil der Varianz beträgt 17,383. Der Cronbach-Alpha-Wert von 0,610 lässt auf eine mittelmäßige Übereinstimmung untereinander hinweisen.

Aus zwei der gesamten Aussagen konnte der Faktor sozialer Aspekt gebildet werden. Dieser Faktor misst die Wichtigkeit des sozialen Umfeldes beim Fitnessstraining.

**Tabelle 4: Faktoren- und Reliabilitätsanalyse sozialer Aspekt**

<b>Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu bzw. lehnen sie ab?</b>	<b>Faktorladung</b>	<b>% der Varianz</b>	<b>Cronbach Alpha</b>
Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich gerne gemeinsam in der Gruppe trainiere.	0,869	16,176	0,739
Ich trainiere im Fitnessstudio, weil meine Freunde auch im Club trainieren.	0,866		

Quelle: eigene Erhebung

Tabelle 4 zeigt, dass der extrahierte Faktor 16,176 Prozent der Varianz hinsichtlich des sozialen Aspekts klärt und einen Cronbach-Alpha-Wert von 0,739 aufweist, was auf eine große Übereinstimmung der Items untereinander hinweist.

**Tabelle 5: Faktorenanalyse medizinischer Aspekt**

<i>Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu bzw. lehnen sie ab?</i>	<b>Faktor-ladung</b>	<b>% der Varianz</b>
Ich trainiere im Fitnessstudio aufgrund einer medizinischen Empfehlung.	0,957	11,11

Quelle: eigene Erhebung

Tabelle 5 zeigt den Faktor medizinischer Aspekt. Der Prozentanteil der Varianz beträgt 11,11 Prozent.

Die Aussagen 1, 6, 8, 11 und 13 konnten keinem Faktor zugeordnet werden und wurden im Zuge der Faktorenanalyse eliminiert.

1. Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich mich gerne bewege.
6. Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich dabei neue Leute kennen lerne
8. Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich körperliche Leistung erbringen möchte.
11. Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich mich austoben und „auspowern“ möchte.
13. Ich trainiere im Fitnessstudio, um Muskeln aufzubauen.

Die Aussage 1 wurde anhand von inhaltlichen Gründen ausgeschlossen. Die Aussage 6 musste aufgrund von doppelter Ladung eliminiert werden. Die Aussage 13 wurde aufgrund einer zu niedrigen Ladung von unter 0,5 ausgeschlossen. Die Aussage 11 musste wegen doppelter und zu niedriger Faktorladung eliminiert werden. Im Zuge der zweiten Faktorenanalyse musste auch die Aussage 8 aufgrund einer zu niedrigen Ladung eliminiert werden.

## 9 Ergebnisdarstellung und Interpretation

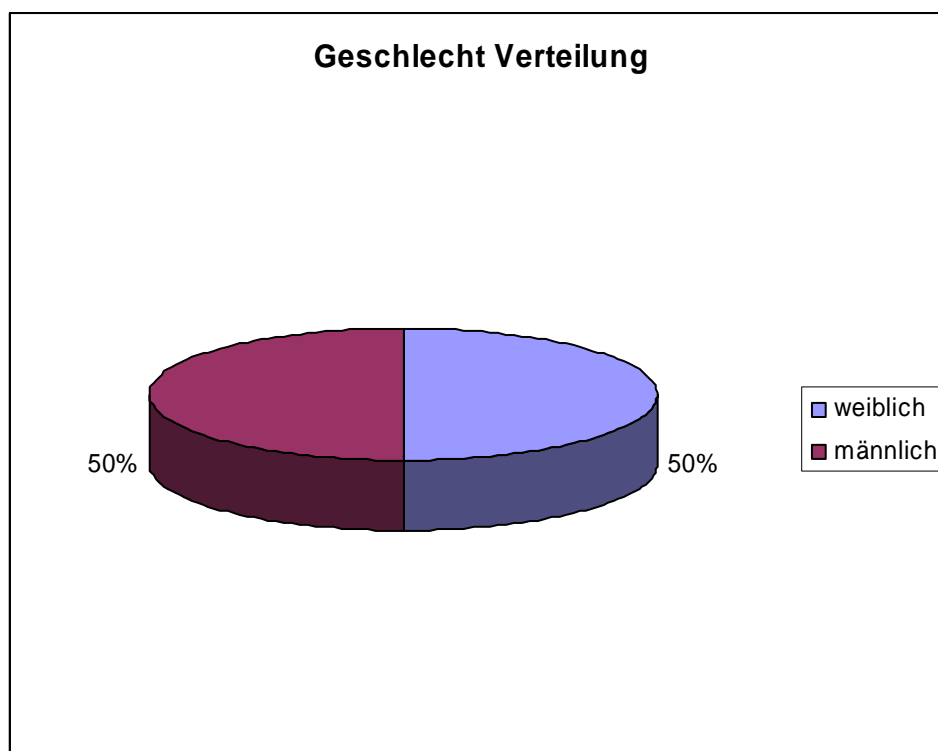
Im folgenden Kapitel werden die ausgewerteten Daten mittels Graphiken und Tabellen anschaulich dargestellt. Weiters werden die vorliegenden Ergebnisse analysiert und interpretiert.

### 9.1 Soziodemographische Daten

#### 9.1.1 Geschlecht

Insgesamt konnten 100 ausgefüllte Fragebögen ausgewertet werden. Die Stichprobe ist mit 50 männlichen Fitnessclubbesuchern und 50 weiblichen Fitnessclubbesuchern ausgeglichen verteilt.

In Abbildung 1 wird die Verteilung des Geschlechts graphisch dargestellt.



**Abbildung 1: Geschlecht Verteilung(n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung



### 9.1.2 Alter

Das durchschnittliche Alter der befragten Personen liegt insgesamt betrachtet bei 40,31 Jahren (SD = 7,06). Vergleicht man Männer und Frauen miteinander, zeigt sich, dass der Mittelwert der Frauen bei 41,98 Jahren (SD = 6,37) liegt und bei den Männern bei 38,64 Jahren (SD = 7,38). Betrachtet man die Ergebnisse näher, lässt sich erkennen, dass die Männer im Alter von 30 und 32 Jahren am häufigsten vertreten waren, wobei die Frauen im Alter von 50 Jahren am häufigsten an der Befragung teilgenommen haben. Die jüngsten Stichprobenteilnehmer sind 30 Jahre alt, die Ältesten sind 50 Jahre alt.

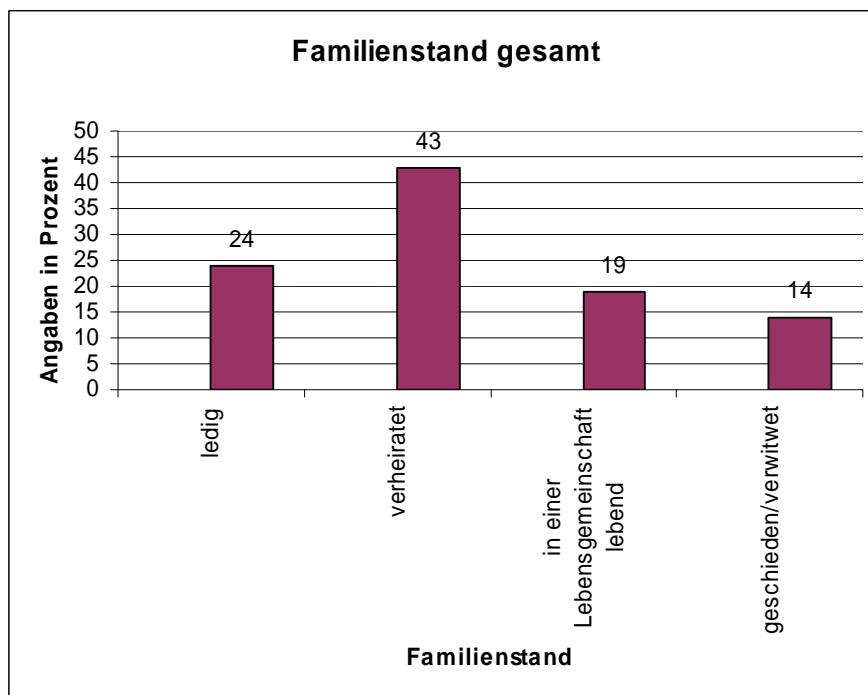
**Tabelle 6: Durchschnittsalter Männer und Frauen (n=100)**

	männlich	weiblich
Anzahl	50	50
Durchschnittsalter	38,64	41,98
Standardabweichung	7,38	6,37
Minimum	30,00	30,00
Maximum	50,00	50,00

Quelle: eigene Erhebung

### 9.1.3 Familienstand

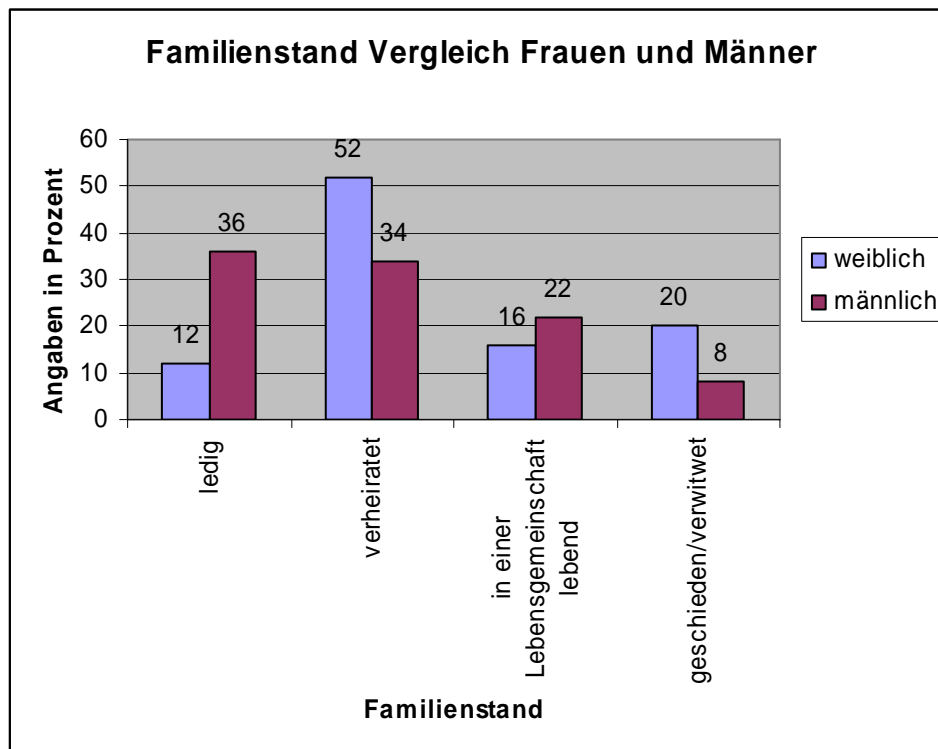
Betrachtet man die Stichprobe insgesamt, erkennt man, dass die meisten Probanden (43%) verheiratet sind. 24% der Befragten sind ledig, 19% leben in einer Lebensgemeinschaft zusammen und 14% sind geschieden oder verwitwet.



**Abbildung 2: Familienstand gesamt (n=100)**

Quelle: eigene Erhebung

Vergleicht man die beiden Geschlechter miteinander zeigt sich, dass 52% der befragten Frauen und nur 34% der befragten Männer verheiratet sind. In dieser Stichprobe sind die Männer häufiger ledig (36%) als die Frauen (24%). In einer Lebensgemeinschaft leben 22% der Männer sowie 16% der Frauen. 20% der weiblichen und 8% der männlichen Fitnessclubbesucher sind geschieden oder verwitwet.

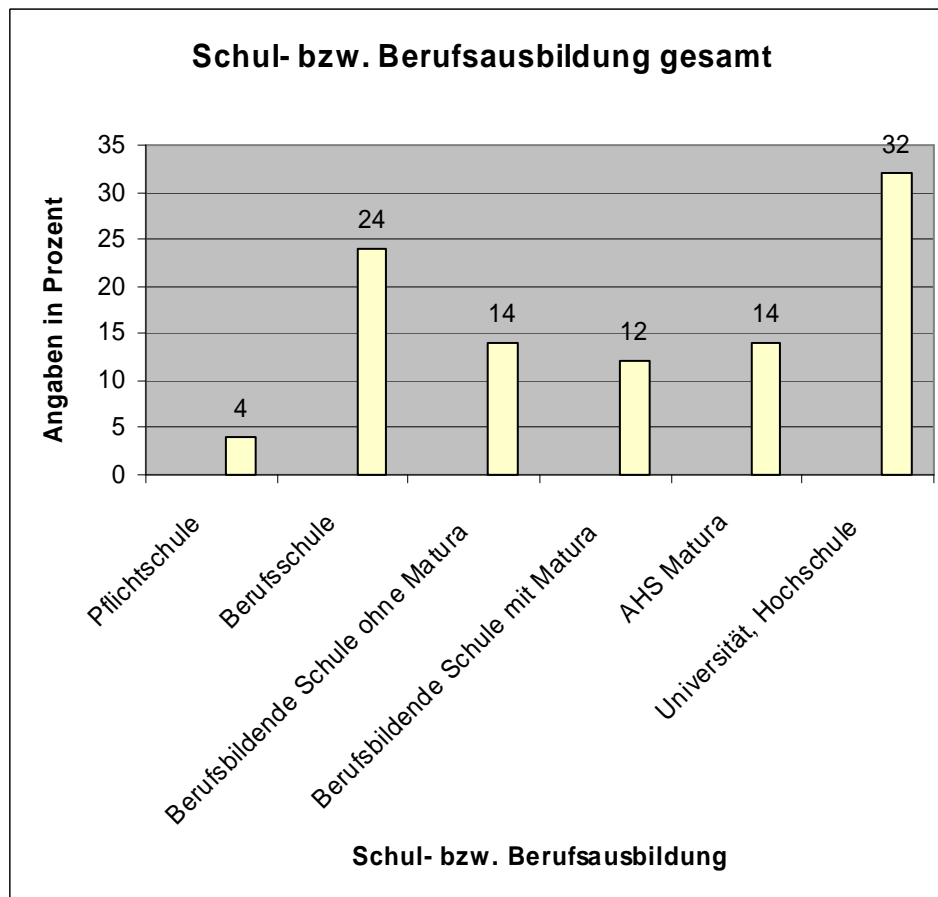


**Abbildung 3: Familienstand Vergleich Frauen und Männer (n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung

### 9.1.4 Schul- beziehungsweise Berufsausbildung

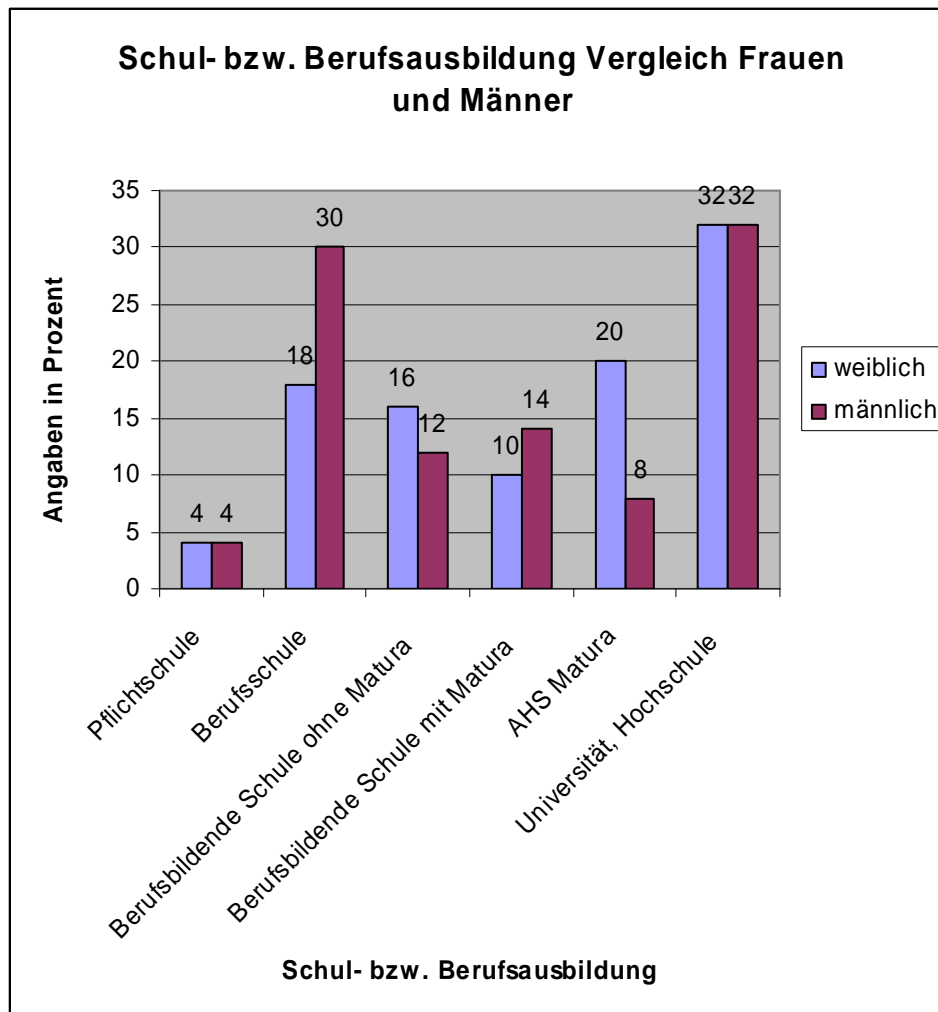
In dieser Stichprobe haben die meisten Fitnessclubbesucher einen Universitäts- beziehungsweise Hochschulabschluss (32%). 24% der 100 befragten Personen haben einen Berufsschullabschluss vorzuweisen, 14% haben AHS Matura und andere 14% haben eine berufsbildende Schule ohne Matura absolviert. 12% der Probanden haben eine berufsbildende Schule mit Matura und 4% haben die Pflichtschule absolviert.



**Abbildung 4: Schul- bzw. Berufsausbildung gesamt (n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung

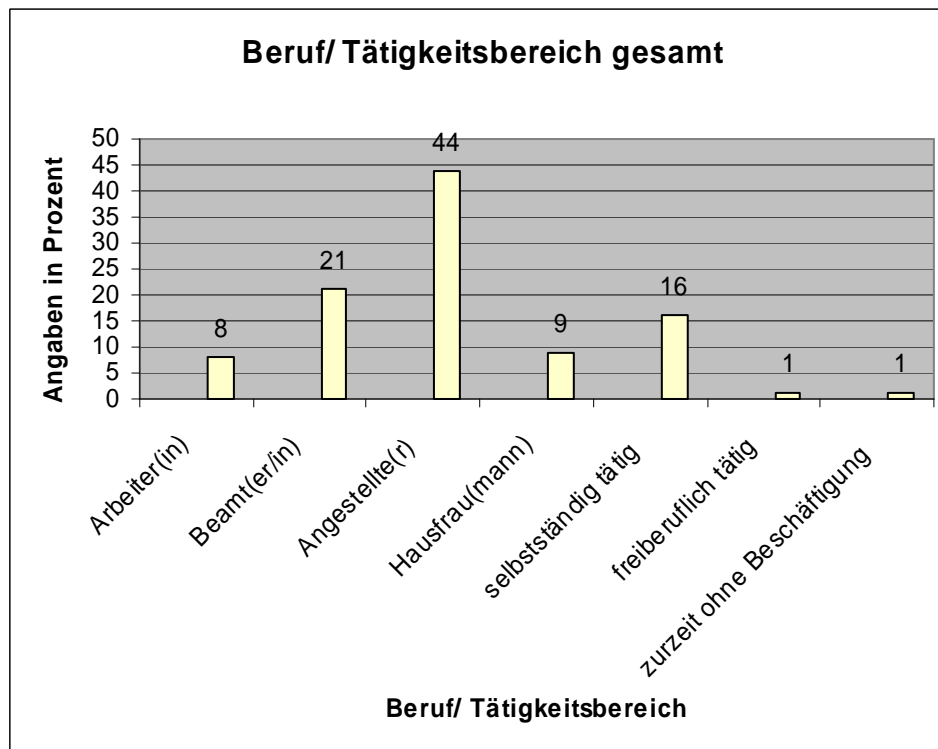
Vergleicht man die Männer mit den Frauen, zeigt sich, dass gleich viele Frauen und Männer einen Universitäts- beziehungsweise Hochschulabschluss vorzuweisen haben (32%). Deskriptiv betrachtet lassen sich Unterschiede in Bezug auf die AHS Matura erkennen. In der durchgeführten Befragung haben 20% der Frauen und nur 8% der Männer eine AHS Matura bestanden. 30% der männlichen Fitnessaktiven sowie 18% der weiblichen Sportlerinnen haben eine Berufsschule gemacht. In Bezug auf die berufsbildende Schule ohne Matura sind die Frauen mit 16% etwas häufiger vertreten als die Männer mit 12%. Bei der berufsbildenden Schule mit Matura ist es genau umgekehrt. Hier sind die Männer mit 14% etwas stärker vertreten als die Frauen mit 10%. Eine Pflichtschule haben gleich viele weibliche und männliche Fitnesssportler/innen absolviert (jeweils 4%).



**Abbildung 5: Schul- bzw. Berufsausbildung Vergleich Frauen und Männer (n=100)**  
 Quelle: Eigene Erhebung

### 9.1.5 Beruf/ Tätigkeitsbereich

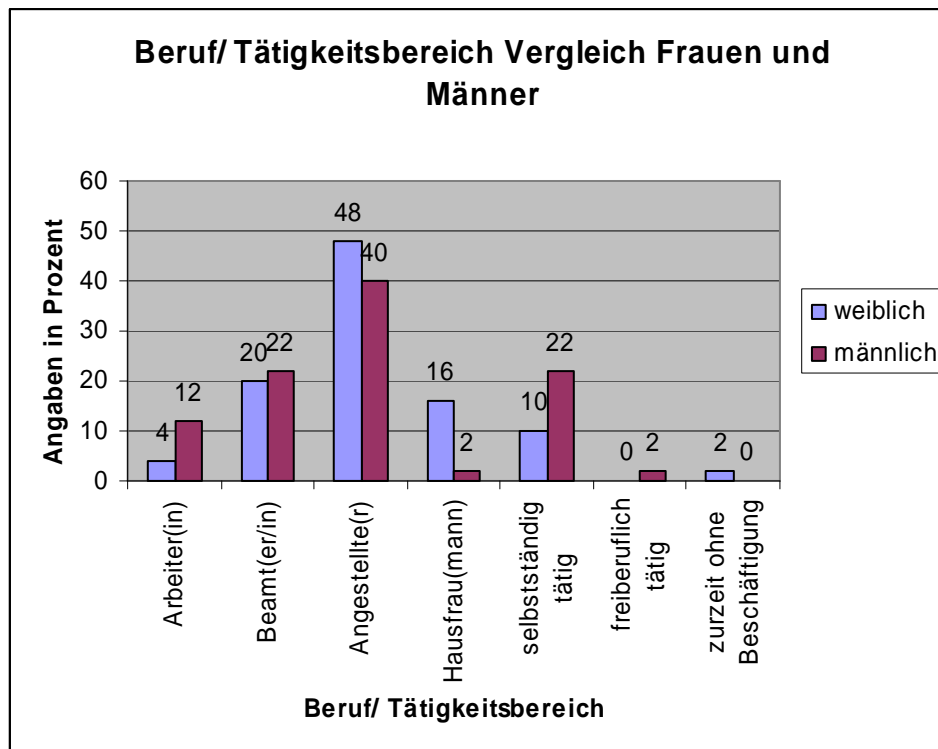
In Bezug auf den Beruf beziehungsweise auf den Tätigkeitsbereich der befragten Personen lässt sich feststellen, dass die meisten Fitnesssportler/innen als Angestellte tätig sind (44%). 21% der Probanden arbeiten als Beamte gefolgt von 16% die selbstständig tätig sind. Nur 9% der Befragten sind Hausfrauen beziehungsweise Hausmänner und 8% haben einen Beruf als Arbeiter(in). Freiberuflich tätig, sowie ohne Beschäftigung, ist jeweils nur 1% der Fitnessclubbesucher.



**Abbildung 6: Beruf/ Tätigkeitsbereich gesamt (n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung

Im Vergleich zwischen Männer und Frauen lassen sich deskriptiv betrachtet kaum Unterschiede erkennen. So üben 48% der Frauen und 40% der Männer einen Beruf als Angestellte(r) aus. Ebenso gibt es deskriptiv gesehen kaum einen Unterschied bei der Tätigkeit als Beamt(er/in). Hier sind 20% der weiblichen sowie 22% der männlichen Sporttreibenden als Beamte tätig. Einen größeren Unterschied kann man in Bezug auf die Selbstständigkeit erkennen. Mehr Männer sind selbstständig tätig als Frauen. Bei den Frauen ist niemand freiberuflich tätig, bei den Männern nur 2%. Keiner der Männer ist ohne Beschäftigung, wohingegen 2% der Frauen zu Zeit arbeitslos sind. Deskriptiv betrachtet kann man auch bei der Tätigkeit als Hausfrau beziehungsweise als Hausmann einen großen Unterschied erkennen. Hier zeigt sich, dass deutlich mehr Frauen als Hausfrauen tätig sind.



**Abbildung 7: Beruf/ Tätigkeitsbereich Vergleich Frauen und Männer (n=100)**  
 Quelle: Eigene Erhebung

### 9.1.6 Wichtigkeit der einzelnen Lebensbereiche

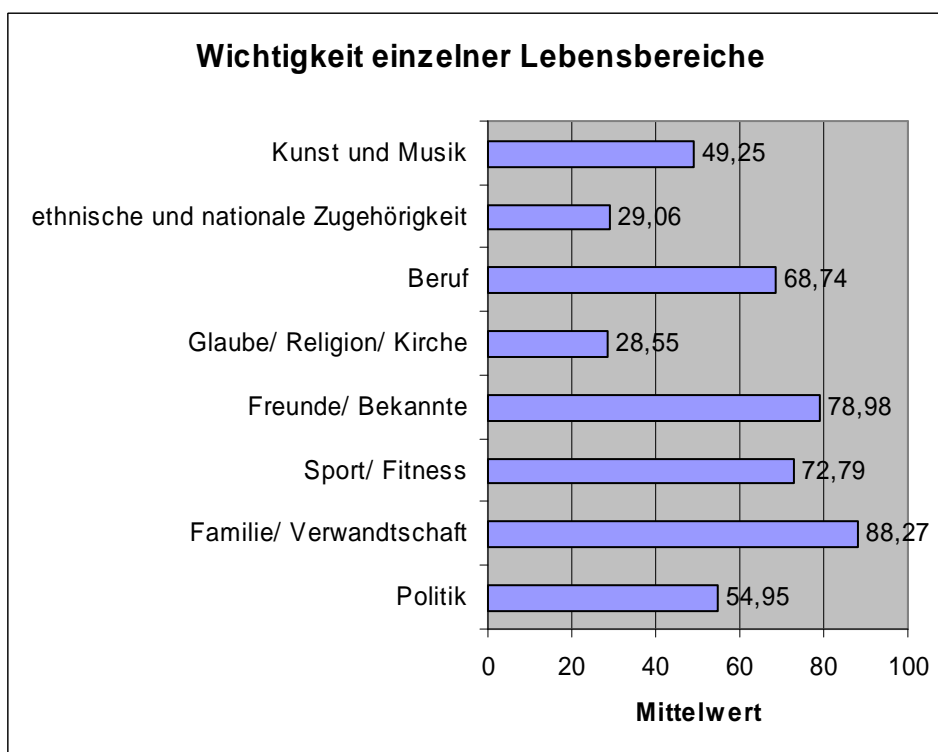
Im Folgenden wird die Bedeutung der Wichtigkeit einzelner Aspekte und Lebensbereiche untersucht. Die Probanden mussten acht Bereiche entsprechend ihrer Wichtigkeit mit einer Zahl von 0 bis 100 bewerten:

- Politik
- Familie/ Verwandtschaft
- Sport/ Fitness
- Freunde und Bekannte
- Glaube/ Religion/ Kirche
- Beruf
- Ethnische oder nationale Zugehörigkeit
- Kunst und Musik

Als Orientierungshilfe stand den Probanden eine Skala von 0 bis 100 zur Verfügung, aus der beliebige Werte den unterschiedlichen Lebensbereichen und Aspekten zugeschrieben werden mussten. Dabei waren auch Gleichsetzungen sowie Zwischenstufen erlaubt.

- 0 = nicht wichtig
- 25 = wenig wichtig
- 50 = durchschnittlich wichtig
- 75 = ziemlich wichtig
- 100 = außerordentlich wichtig

Abbildung 8 stellt die Bewertung der Wichtigkeit der einzelnen Aspekte und Lebensbereiche graphisch dar.

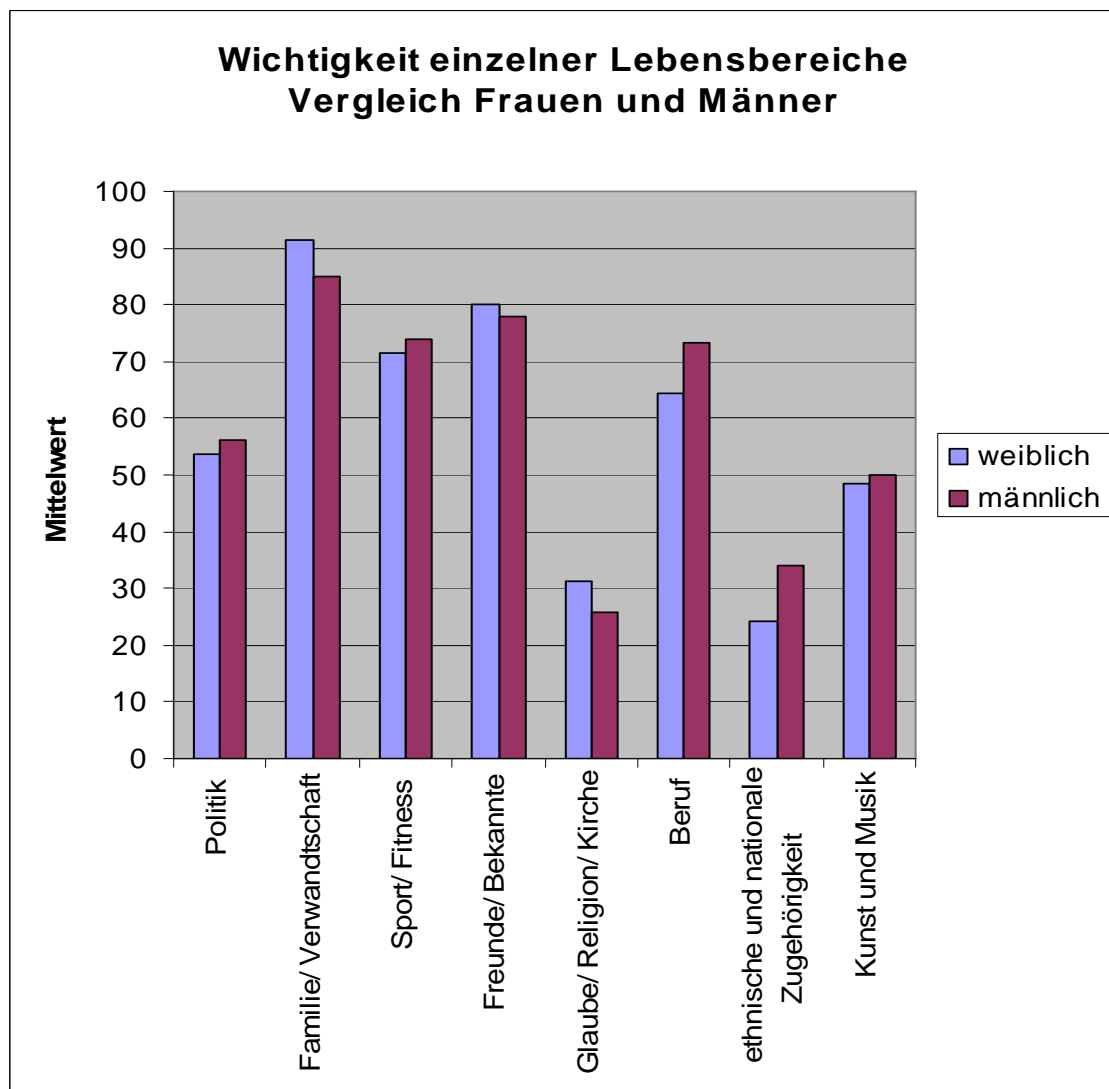


**Abbildung 8: Wichtigkeit einzelner Lebensbereiche (Mittelwerte; n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung



Abbildung 9 zeigt die Bewertung der Wichtigkeit der einzelnen Lebensbereiche im Vergleich zwischen Frauen und Männern.



**Abbildung 9: Wichtigkeit einzelner Lebensbereiche Vergleich Frauen und Männer (Mittelwerte, n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung

Die dazugehörigen Standardabweichungen befinden sich im Anhang.

Die Wichtigkeit im Bereich Politik liegt bei den Befragten bei einem Mittelwert von 54,95. Vergleicht man die Geschlechter hier miteinander lassen sich deskriptiv betrachtet kaum Unterschiede erkennen. Die Männer bewerten die Wichtigkeit der Politik im Durchschnitt mit 56,2 Punkten, die Frauen mit 53,7.

Der Bereich Familie/ Verwandtschaft wird von den 100 befragten Personen mit einem Mittelwert von 88,27 bewertet. Beide Geschlechter bewerten diesen Bereich hoch. Der Mittelwert der Frauen liegt in diesem Bereich bei 91,44, bei den Männern bei 85,1.

Gesamt gesehen wird der Bereich Sport/ Fitness mit einem Mittelwert von 72,79 bewertet. Im Vergleich zwischen weiblichen und männlichen Fitnesssportlern lassen sich deskriptiv gesehen kaum Unterschiede erkennen. Die Frauen bewerten diesen Bereich mit einem Mittelwert von 71,6, die Männer mit 73,98.

Die Wichtigkeit im Bereich Freunde und Bekannte wird von den Probanden mit einem Durchschnitt von 78,98 bewertet. Die Ergebnisse der beiden Geschlechter unterschieden sich kaum. Frauen bewerten den Bereich Freunde und Bekannte mit einem Mittelwert von 80,1 etwas höher als die Männer mit 77,86.

Der Durchschnittswert im Bereich Glaube/ Religion/ Kirche liegt bei den befragten Personen bei 28,55. Die weiblichen Fitnessclubbesucherinnen bewerten diesen Bereich mit 31,3 etwas höher als die Männer mit 25,8.

Der Aspekt Beruf wird von den Befragten mit einem Mittelwert von 68,74 bewertet. Die Wichtigkeit wird in diesem Bereich von den Männern mit einem Wert von 73,2 etwas höher bewertet als von den Frauen mit 64,28.

Betrachtet man das Ergebnis der gesamten Stichprobe ergibt sich für den Bereich ethnische und nationale Zugehörigkeit ein Mittelwert von 29,06. Vergleicht man die Frauen mit den Männern ergeben sich Werte von 24,2 und 33,92. Somit scheint den Männern die ethnische und nationale Zugehörigkeit etwas wichtiger zu sein.

Gesamt gesehen ergibt sich für die Wichtigkeit des Aspekts Kunst und Musik ein Mittelwert von 49,25. Die Ergebnisse der Frauen und Männer unterscheiden sich deskriptiv betrachtet sehr gering. Die Männer liegen mit einem Wert von 49,9 nur knapp über den Frauen mit 48,6.

**Tabelle 7: Rangreihe (nach Mittelwert je Bereich) der einzelnen Aspekte und Lebensbereiche nach ihrer Wichtigkeit, getrennt in Frauen und Männer**

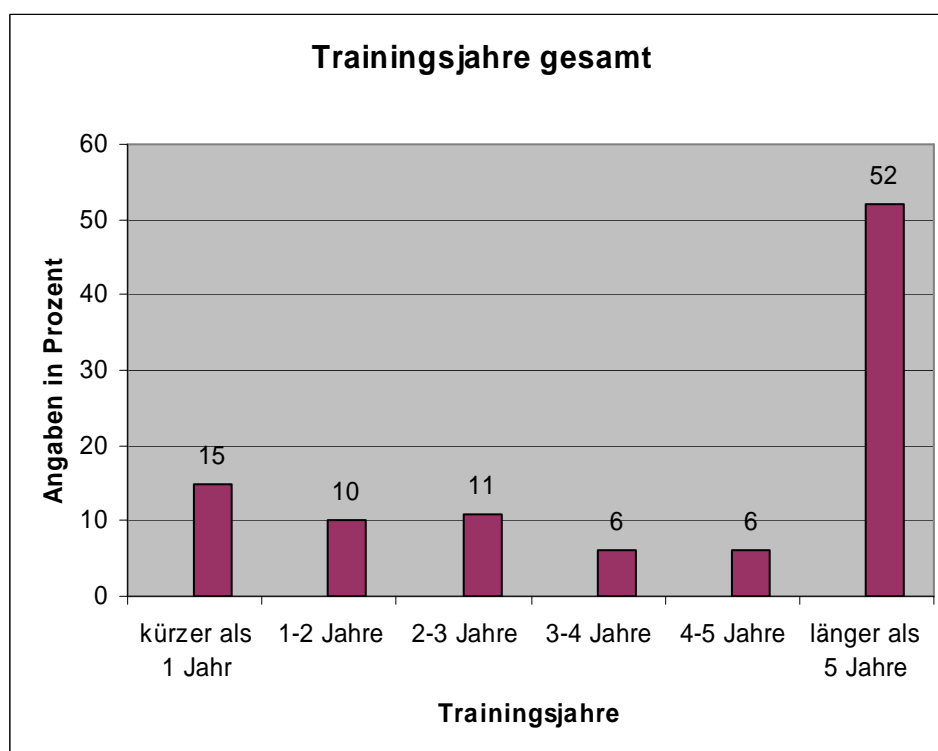
	<b>Rangreihe Frauen (Mittelwert)</b>	<b>Rangreihe Männer (Mittelwert)</b>
<b>1</b>	Familie/ Verwandtschaft (91,44)	Familie/ Verwandtschaft (85,1)
<b>2</b>	Freunde und Bekannte (80,1)	Freunde und Bekannte (77,86)
<b>3</b>	Sport/ Fitness (71,6)	Sport/ Fitness (73,98)
<b>4</b>	Beruf (64,28)	Beruf (73,2)
<b>5</b>	Politik (53,7)	Politik (56,2)
<b>6</b>	Kunst und Musik (48,6)	Kunst und Musik (49,9)
<b>7</b>	Glaube/ Religion/ Kirche (31,3)	ethnische/ nationale Zugehörigkeit (33,92)
<b>8</b>	ethnische/ nationale Zugehörigkeit (24,2)	Glaube/ Religion/ Kirche (25,8)

Quelle: Eigene Erhebung

Die vorliegende Tabelle zeigt eine Gegenüberstellung der Rangreihen der einzelnen Aspekte und Lebensbereiche von weiblichen und männlichen Fitnessclubbesuchern nach ihrer Wichtigkeit geordnet. Den befragten Personen ist der Bereich „Familie/ Verwandtschaft“ am wichtigsten, gefolgt von „Freunde und Bekannte“ und „Sport/ Fitness“. Hier lassen sich bei den Frauen und Männern deskriptiv gesehen nur geringe Unterschiede erkennen. Den Männern ist der „Beruf“ etwas wichtiger als den Frauen. Auf dem nächsten Platz steht sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern der Bereich „Politik“, gefolgt von „Kunst und Musik“. Die Bereiche „Glaube/ Religion/ Kirche“ und „ethnische/ nationale Zugehörigkeit“ werden in umgekehrter Reihenfolge angeführt.

## 9.2 Bewegungsbiographie

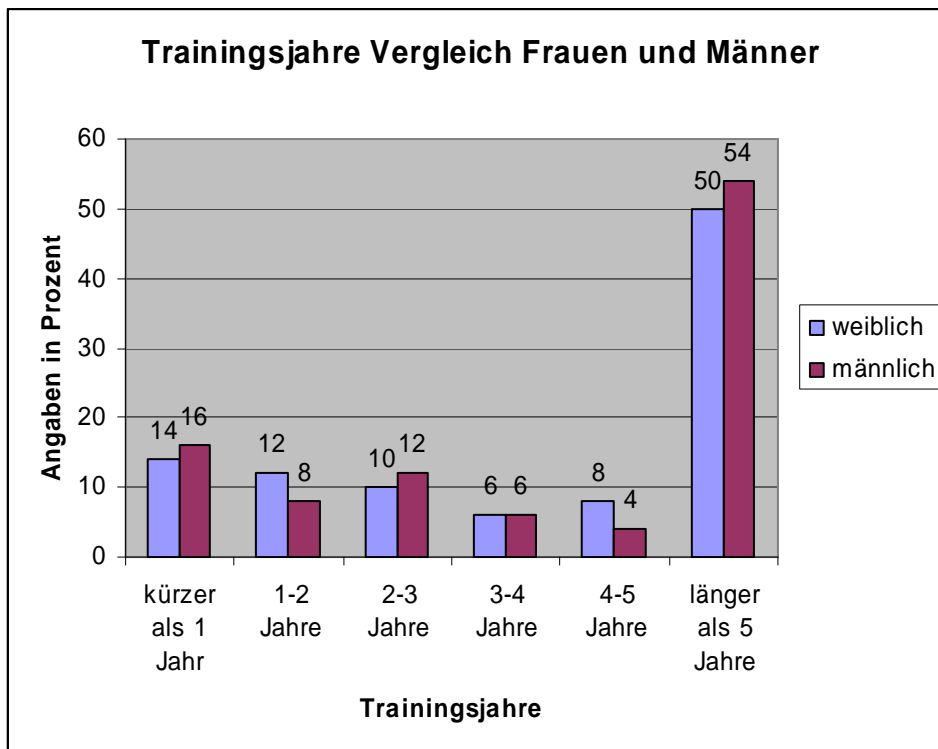
Im zweiten Abschnitt des Fragebogens wurden die Probanden über ihre Bewegungsbiographie und ihr bisheriges Sportverhalten befragt. Die Probanden wurden gefragt, wie lange sie schon in einem Fitnessstudio trainieren. Der Median liegt hier bei 6. 52% der befragten Personen trainieren bereits länger als 5 Jahre in einem Fitnessstudio. 15% der Fitnessclubbesucher trainieren erst kürzer als 1 Jahr, 11% betreiben seit 2-3 Jahren Sport im Fitnessclub und 10% seit 1-2 Jahren. Jeweils 6% der befragten Personen trainieren bereits seit 3-4 Jahren und 4-5 Jahren in einem Fitnessstudio.



**Abbildung 10: Trainingsjahre gesamt (n=100)**

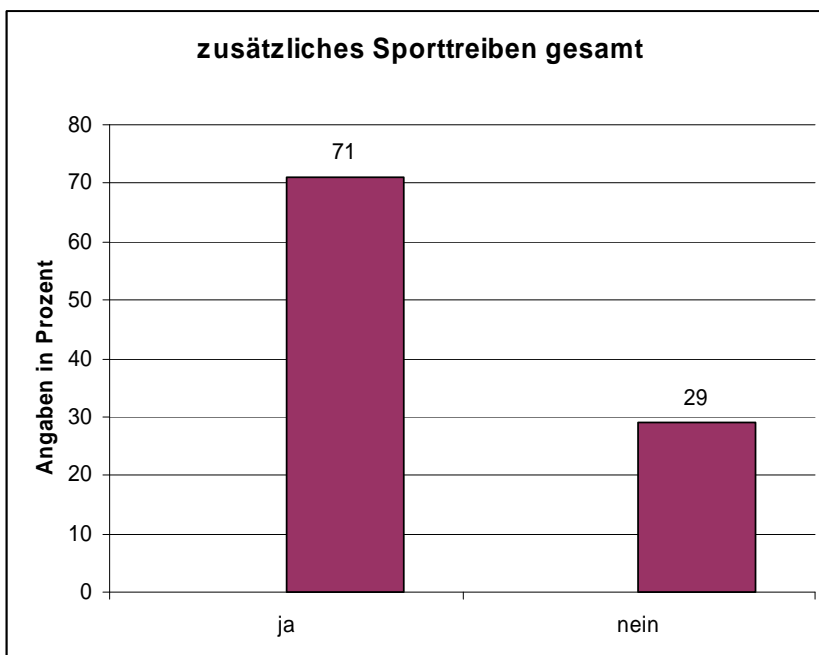
Quelle: Eigene Erhebung

Vergleicht man die beiden Geschlechter miteinander ergibt sich für die Frauen ein Median von 5,5 und für die Männer von 6. 50% der Frauen und 54% der Männer trainieren schon länger als 5 Jahre in einem Fitnessclub. Bereits seit 4-5 Jahren trainieren lediglich 4% der Männer und 8% der Frauen. Jeweils 6% der weiblichen sowie 6% der männlichen Sporttreibenden sind seit 3-4 Jahren in einem Fitnessstudio Mitglied. 12% der Männer und 10% der Frauen betreiben seit 2-3 Jahren Sport im Studio. 12% der Frauen und 8% der Männer sind erst seit 1-2 Jahren Kunden in einem Fitnessclub. Kürzer als 1 Jahr betreiben 14% der Frauen sowie 16% der Männer Sport im Fitnessstudio.



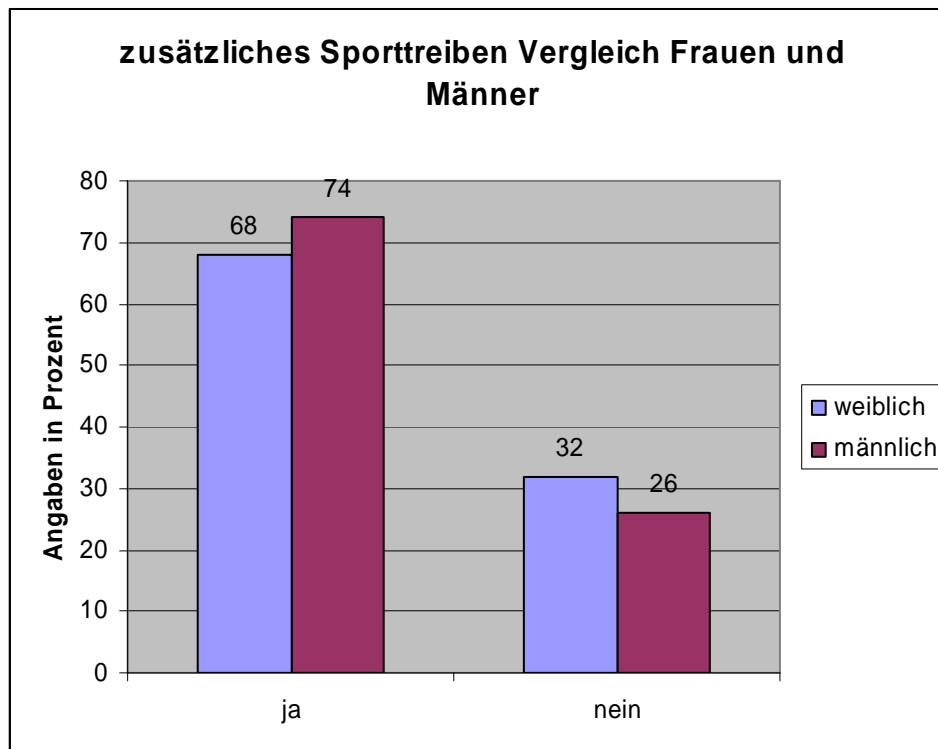
**Abbildung 11: Trainingsjahre Vergleich Frauen und Männer (n=100)**  
 Quelle: Eigene Erhebung

Abbildung 12 zeigt, dass 71% aller befragten Personen zusätzlich zum Sport im Fitnessstudio auch noch andere Sportarten betreiben. 29% der Probanden treiben außerhalb des Fitnessclubs keinen zusätzlichen Sport mehr.



**Abbildung 12: zusätzliches Sporttreiben gesamt (n=100)**  
 Quelle: Eigene Erhebung

Vergleicht man die beiden Geschlechter miteinander zeigt sich, dass etwas mehr Männer (74%) als Frauen (68%) auch außerhalb des Fitnessstudios Sport betreiben. 32% der Frauen sowie 26% der Männer machen keinen zusätzlichen Sport.



**Abbildung 13: zusätzliches Sporttreiben Vergleich Frauen und Männer (n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung

71% aller befragten Personen treiben auch zusätzlich zum Sport im Fitnessstudio noch andere Sportarten. Folgende Sportarten wurden dabei genannt:

Laufen, American Football, Basketball, Bergsport, Eishockey, Fußball, Golf, Joggen, Klettern, Mountainbiken, Radfahren, Reiten, Schwimmen, Segeln, Skifahren, Snowboarden, Tanzen, Tennis, Turnen, Volleyball, Walking, Wandern, Wasserski, Yoga, Badminton, Boxen, Skitouren, Beachvolleyball, Squash, Gymnastik, Skaten und Langlaufen. Am häufigsten genannt wurden die Sportarten Laufen, Skifahren, Radfahren und Schwimmen.

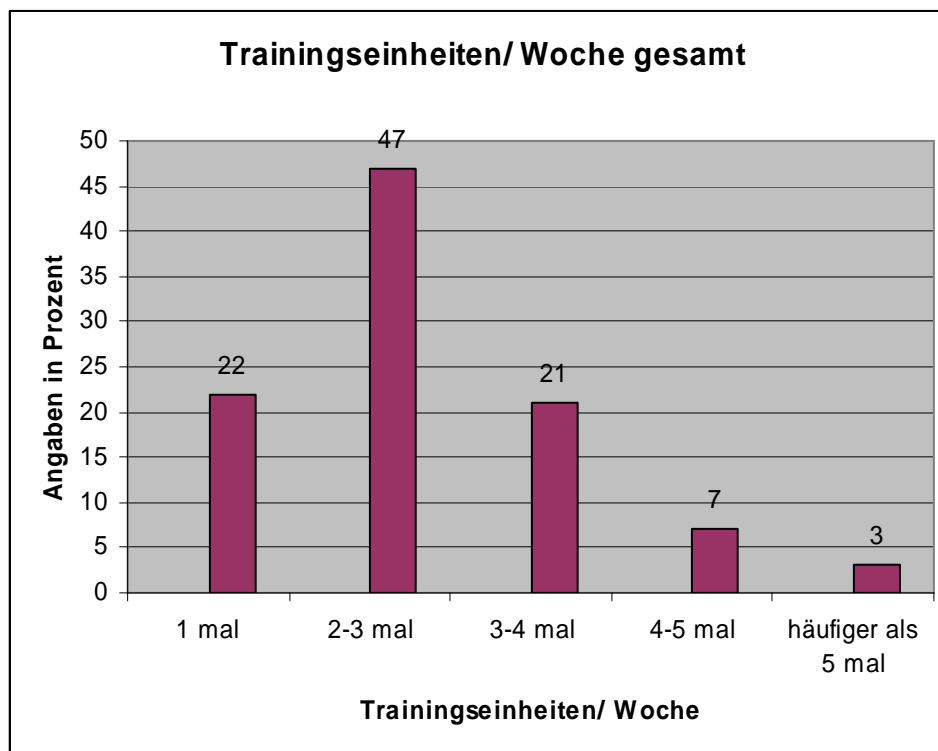
### 9.3 Nutzung des Fitnessstudios

Im dritten Abschnitt des Fragebogens ging es zunächst um die Trainingsgewohnheiten der Fitnessclubbesucher. Weiters wurden die Probanden nach der Nutzung der

unterschiedlichen Trainingsbereiche befragt. Ebenso wurden sie über die Wichtigkeit des Trainings, ihr soziales Sportverhalten und über die Länge ihres Anfahrtsweges befragt.

### 9.3.1 Trainingsgewohnheiten

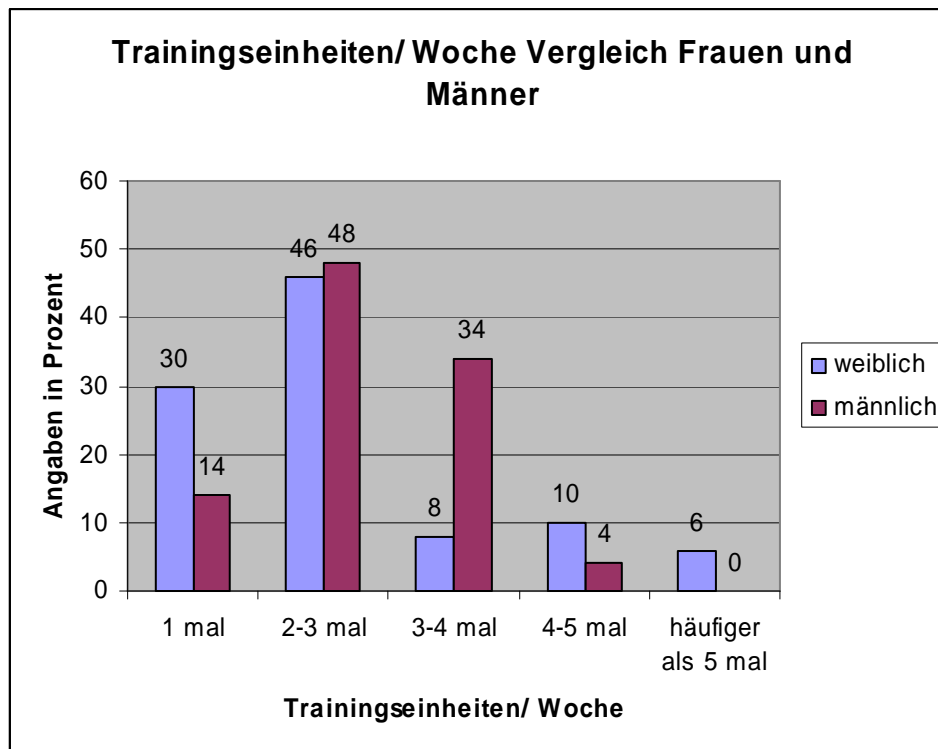
Bei der Befragung wurden die Probanden zu ihren Trainingsgewohnheiten befragt. Betrachtet man die gesamte Stichprobe, lässt sich in Bezug auf die Trainingseinheiten pro Woche feststellen, dass die meisten Personen (47%) 2-3 mal in der Woche im Fitnessstudio trainieren. Der Median liegt hier bei 2. Nur 3% der Probanden trainieren häufiger als 5 Mal im Fitnessclub.



**Abbildung 14: Trainingseinheiten/ Woche gesamt (n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung

Betrachtet man die beiden Geschlechter getrennt voneinander, lassen sich deskriptiv gesehen nur kaum Unterschiede erkennen. Der Median liegt bei beiden Geschlechtern bei 2. 46% der Frauen und 48% der Männer halten sich 2-3 mal in der Woche in einem Fitnessstudio auf. Interessant erscheint es, dass immerhin 6% der Frauen häufiger als 5 mal im Fitnessstudio trainieren, wohingegen keiner der Männer dies tut.



**Abbildung 15: Trainingseinheiten/ Woche Vergleich Frauen und Männer (n=100)**  
 Quelle: Eigene Erhebung

In der vorliegenden Literatur zeigten sich ebenso interessante Ergebnisse in Bezug auf die Häufigkeit des Trainings.

Nagel (2003, zit.n. Burrmann, 2006, S.181) beschreibt, dass Frauen in Deutschland kaum weniger sportlich tätig sind als Männer. Mehr als die Hälfte der 30- bis 60-Jährigen betreiben laut eigener Auskunft zumindest einmal in der Woche Sport.

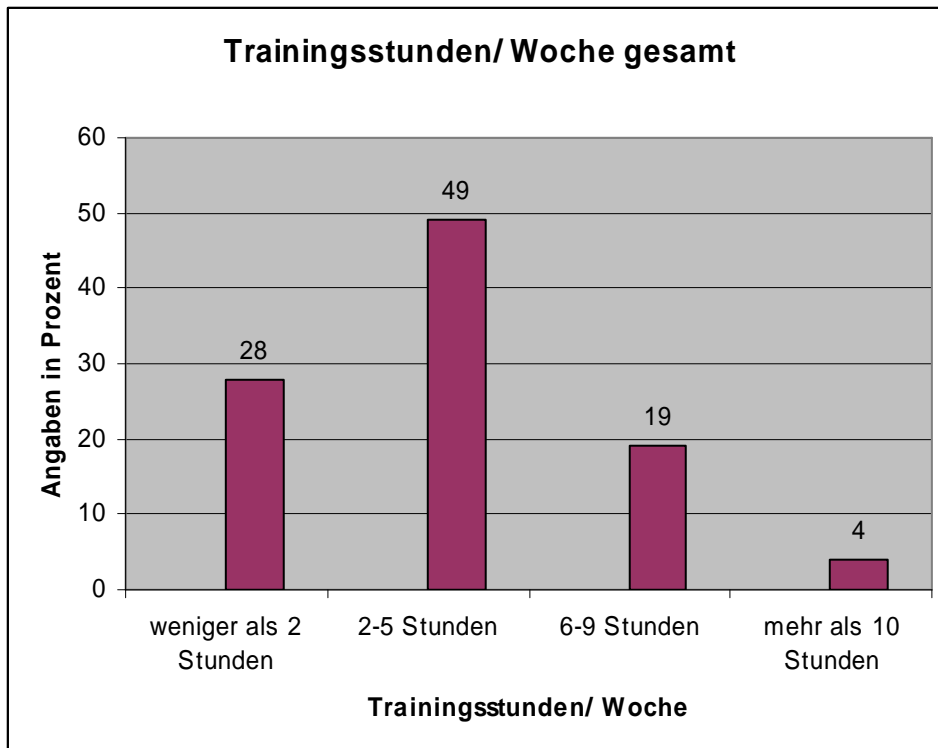
Breuer (2004, S.53, zit.n. Burmann, 2006, S.181) führt zu diesem Thema ebenso aus, dass „regelmäßiges Sporttreiben keineswegs durchgängig eine Männerdomäne ist. Lediglich bis zu einem Alter von 34 Jahren treiben mehr Männer als Frauen regelmäßig Sport.“ Somit scheint es so, als ob die Frauen in der mittleren Lebenshälfte aktiver werden.

In der Untersuchung ergaben sich in Bezug auf die Trainingsstunden, die pro Woche absolviert werden, folgende Ergebnisse:

Von allen 100 befragten Personen gaben 49% an, dass sie 2-5 Stunden pro Woche im Fitnessstudio trainieren. Der Median liegt hier bei 2. 28% der Befragten betreiben weniger als 2 Stunden Sport im Studio. 19% der Fitnesssportler betreiben sogar 6-9 Stunden



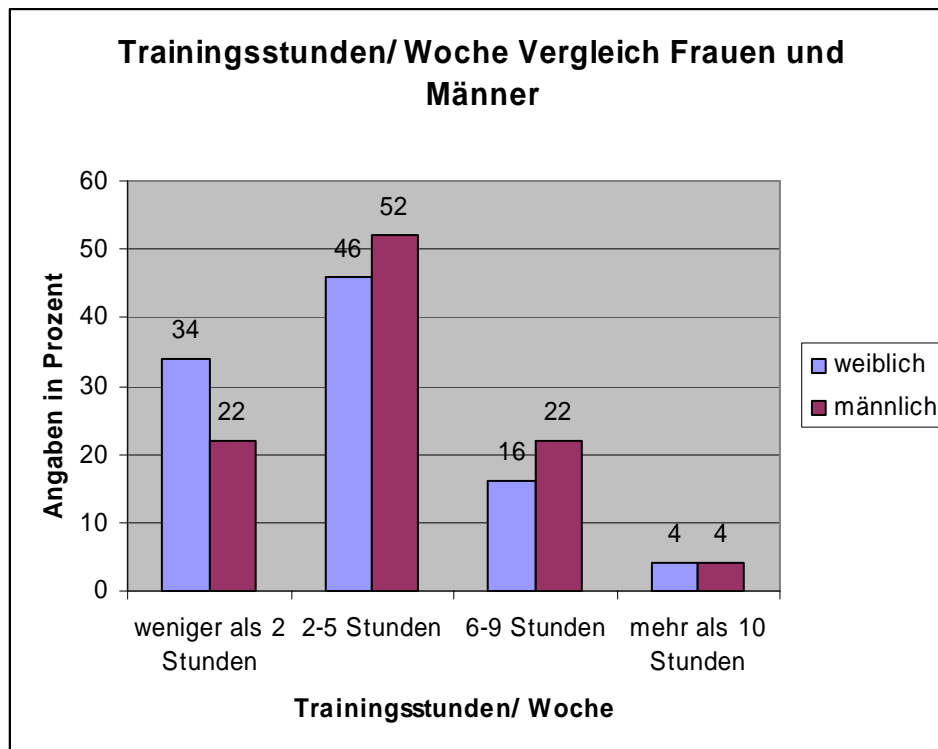
Sport im Fitnessclub. Lediglich 4% der befragten Personen trainiert mehr als 10 Stunden in der Woche.



**Abbildung 16: Trainingsstunden/ Woche gesamt (n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung

Im Vergleich zwischen Männern und Frauen lassen sich deskriptiv betrachtet nur geringe Unterschiede erkennen. 52% der Männer sowie 46% der Frauen trainieren 2-5 Stunden pro Woche im Fitnessclub. Der Median liegt bei beiden Geschlechtern bei 2. Nur jeweils 4% der Männer und Frauen trainieren mehr als 10 Stunden pro Woche.



**Abbildung 17: Trainingsstunden/ Woche Vergleich Frauen und Männer (n=100)**  
 Quelle: Eigene Erhebung

### 9.3.2 Nutzung der verschiedenen Bereiche und Überprüfung der Hypothesen

Die Probanden wurden zu ihren Nutzungsgewohnheiten in Bezug auf die verschiedenen Bereiche im Fitnessclub befragt. In einem Fitnessclub gibt es einen Herzkreislauftrainingsbereich, einen Gerätebereich, einen Aerobicsaal und einen Wellnessbereich. Dabei konnten sie zwischen den Antwortmöglichkeiten „häufig“ (1), „gelegentlich“ (2) und „nie“ (3) auswählen.

#### 9.3.2.1 Herzkreislauftrainingsbereich

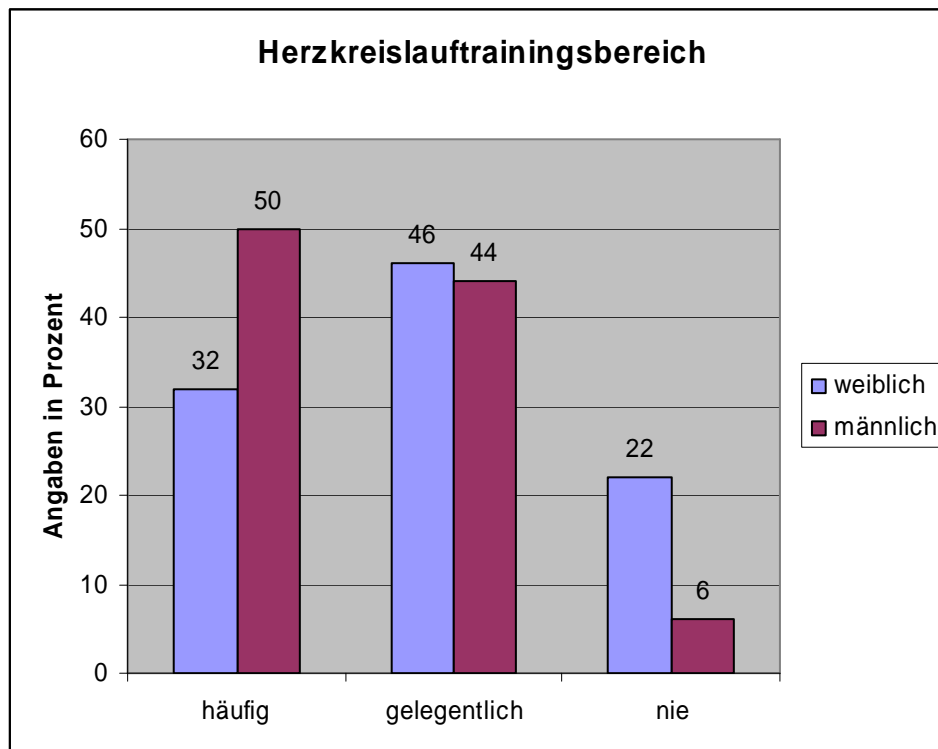
H0/1: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich der Benutzung des Herzkreislauftrainingsbereichs.

Die statistische Auswertung erfolgte in diesem Abschnitt mittels Mann-Whitney-Test (U-Test). Es wird ein Signifikanzniveau Alpha von 5 % verwendet.

Es gibt einen signifikanten Unterschied ( $p= 0,019$ ) zwischen Frauen und Männern.  $H_0/1$  wird verworfen, da sich Frauen und Männer signifikant in Bezug auf die Nutzung des Herzkreislauftrainingsbereichs unterscheiden. Die Alternativhypothese wird angenommen.

Die vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass die Männer (mittlerer Rang = 44,27, MD = 1,5) den Herzkreislauftrainingsbereich gesamt betrachtet etwas häufiger benützen als die Frauen (mittlerer Rang = 56,73, MD = 2).

50% der Männer und 32% der Frauen geben an, häufig im Herzkreislauftrainingsbereich zu trainieren. 22% der weiblichen Fitnessaktiven und nur 6% der männlichen Sportler trainieren nie in diesem Bereich. Gelegentlich benützen 46% der Frauen und 44% der Männer den Herzkreislaufbereich.



**Abbildung 18: Herzkreislauftrainingsbereich (n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung

### 9.3.2.2 Gerätebereich

H0/2: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich der Benutzung des Gerätebereichs.

Die statistische Auswertung erfolgte in diesem Abschnitt mittels Mann-Whitney-Test (U-Test). Es wird ein Signifikanzniveau Alpha von 5 % verwendet.

Es gibt einen signifikanten Unterschied ( $p= 0,000$ ) zwischen Frauen und Männern. H0/2 wird verworfen, da sich Frauen und Männer signifikant in Bezug auf die Nutzung des Gerätebereichs unterscheiden. Die Alternativhypothese wird angenommen.

In Bezug auf den Gerätebereich zeigen sich sehr interessante Ergebnisse. Die Männer (mittlerer Rang = 32,95, MD = 1) nützen den Gerätebereich häufiger als die Frauen (mittlerer Rang = 68,05, MD = 2).

82% der befragten Männer gaben an, häufig den Gerätebereich zu benutzen. Nur 16% der Frauen trainieren häufig im Kraftbereich. Jeweils 42% der Frauen geben an den Gerätebereich nur gelegentlich beziehungsweise nie zu benutzen.

Dieses Ergebnis zeigen, dass das Training auf den Kraftgeräten weiterhin eine Domäne der männlichen Clubbesucher geblieben ist.

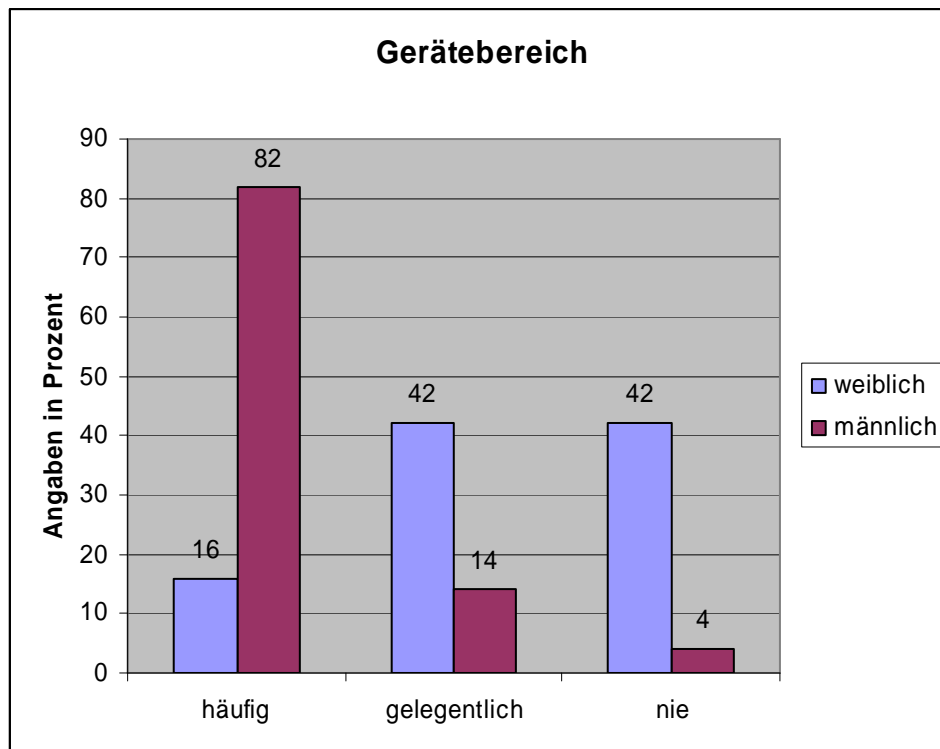


Abbildung 19: Gerätebereich (n=100)

Quelle: Eigene Erhebung

### 9.3.2.3 Aerobicsaal

H0/3: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich der Benutzung des Aerobicsaals.

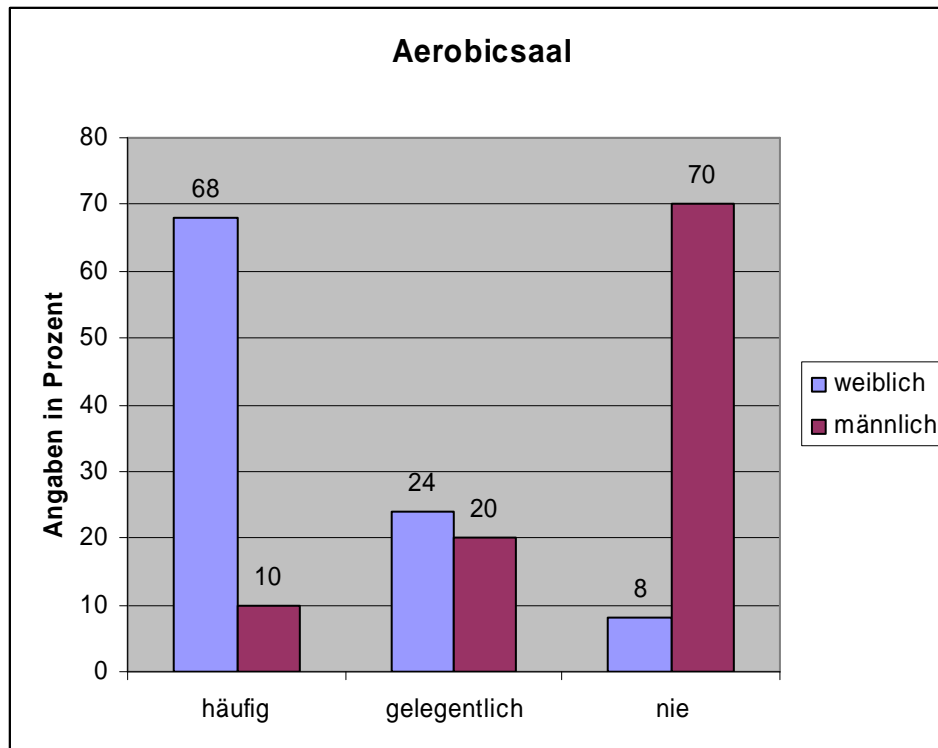
Die statistische Auswertung erfolgte in diesem Abschnitt mittels Mann-Whitney-Test (U-Test). Es wird ein Signifikanzniveau Alpha von 5 % verwendet.

Es gibt einen signifikanten Unterschied ( $p = 0,000$ ) zwischen Frauen und Männern. H0/3 wird verworfen, da sich Frauen und Männer signifikant in Bezug auf die Nutzung des Aerobicsaals unterscheiden. Die Alternativhypothese wird angenommen.

Im Bereich Aerobicsaal konnten interessante Ergebnisse im Vergleich zwischen Männern und Frauen ermittelt werden. Die weiblichen Fitnesssportlerinnen (mittlerer Rang = 32,20, MD = 1) nutzen den Aerobicsaal viel häufiger als die männlichen Fitnessaktiven (mittlerer Rang = 68,80, MD = 3).

68% der Frauen gaben an, häufig im Aerobicsaal Kurseinheiten zu besuchen, wohingegen nur 10% der Männer im Aerobicsaal gemeinsam in der Gruppe trainieren.

70% der männlichen Personen gaben an, diesen Bereich nie zu nutzen. Gelegentlich nutzen 24% der Frauen sowie 20% der Männer den Aerobicsaal.



**Abbildung 20: Aerobicsaal (n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung

### 9.3.2.4 Wellnessbereich

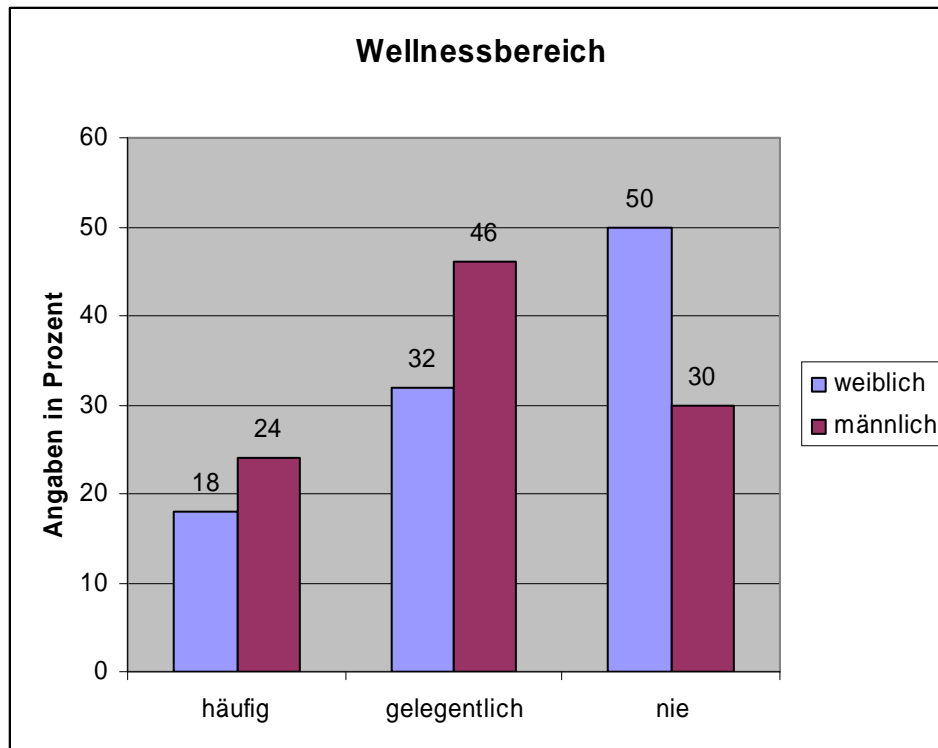
H0/4: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich der Benutzung des Wellnessbereichs.

Die statistische Auswertung erfolgte in diesem Abschnitt mittels Mann-Whitney-Test (U-Test). Es wird ein Signifikanzniveau Alpha von 5 % verwendet.

Es gibt keinen signifikanten Unterschied ( $p = 0,073$ ) zwischen Frauen und Männern. H0/4 wird angenommen, da sich Frauen (mittlerer Rang = 55,35, MD = 2,5) und Männer (mittlerer Rang = 45,65, MD = 2) nicht signifikant in Bezug auf die Nutzung des Wellnessbereichs unterscheiden.

Häufig nützen 18% der Frauen sowie 24% der Männer das Angebot eines Wellnessbereichs. Gelegentlich entspannen sich 46% der männlichen Sportler und 32%

der weiblichen Fitnessaktiven im Wellnessbereich. 50% der Frauen und 30% der Männer gaben an, diesen Bereich nie aufzusuchen.



**Abbildung 21: Wellnessbereich (n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung

Zusammenfassend betrachtet, zeigt die vorliegende Untersuchung, dass sich die Ergebnisse der Frauen und Männer hinsichtlich folgender Bereiche signifikant unterscheiden:

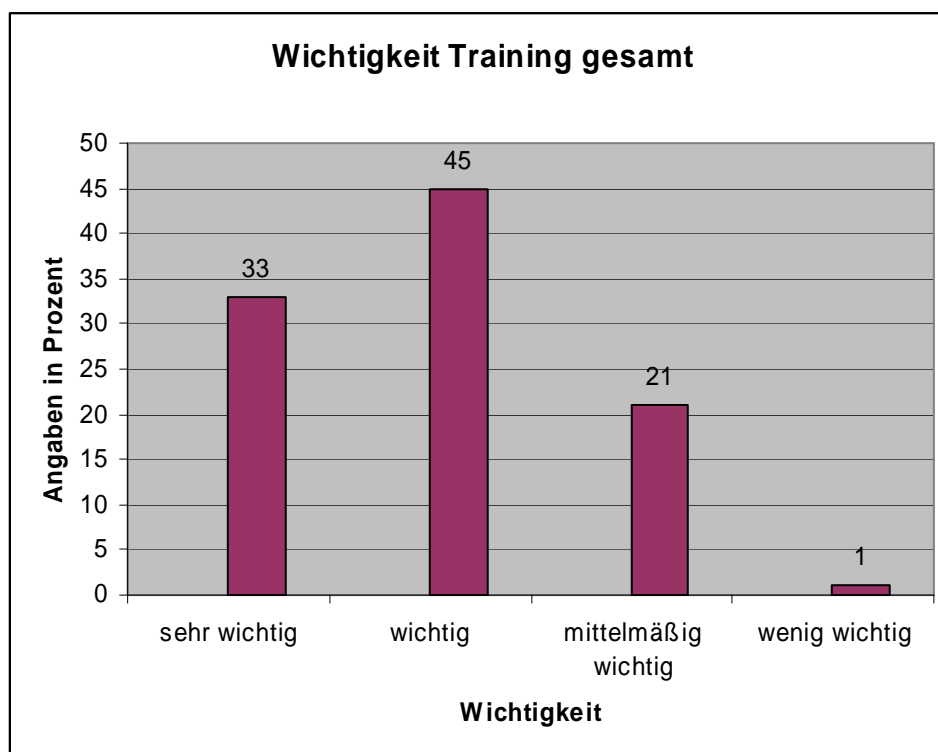
- Herzkreislauftrainingsbereich
- Gerätebereich
- Aerobicsaal

In der Literatur lassen sich ähnliche Ergebnisse wie in der vorliegenden Untersuchung finden. Höller (1991, S.25) beschreibt in seinem Buch „Fitness erfolgreich vermarkten“, dass der Aerobic- und Gymnastikbereich von 43,65% der Kunden genutzt wird. Hier ist deutlich erkennbar, dass mehr Frauen (56,1%) und weniger Männer (31,2%) das Aerobicangebot in Anspruch nehmen.

Auch Klein (2006, S.213) stellt fest, dass die Gymnastik- und Aerobicstunden, die im Gymnastikraum stattfinden, hauptsächlich von den weiblichen Mitgliedern besucht werden, während der Freihantelbereich im Gerätebereich fast ausschließlich von den Männern genutzt wird.

### 9.3.3 Wichtigkeit Training

Betrachtet man die Stichprobe gesamt, lässt sich feststellen, dass deskriptiv betrachtet mehr als die Hälfte der befragten Personen das Training im Fitnessstudio als sehr wichtig und wichtig bewertet haben. Der Median liegt hier bei 2. Nur 21% der Befragten empfinden das Training als mittelmäßig wichtig. Eine Person von 100 befragten Personen empfindet Fitnessstraining als wenig wichtig und für keinen der Probanden ist das Training im Fitnessstudio nicht wichtig.

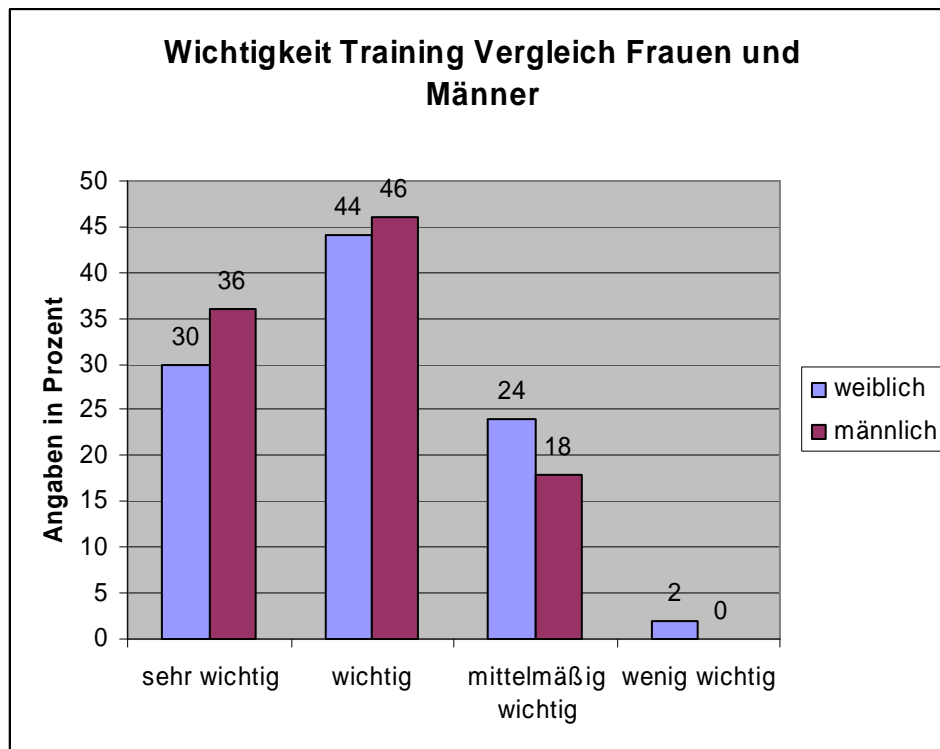


**Abbildung 22: Wichtigkeit Training gesamt (n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung

Betrachtet man die Geschlechter getrennt voneinander, lassen sich ähnliche Ergebnisse feststellen. Sowohl den Frauen als auch den Männern ist das Fitnessstraining im Studio sehr wichtig oder wichtig. Der Median liegt hier bei beiden Geschlechtern bei 2.





**Abbildung 23: Wichtigkeit Training Vergleich Frauen und Männer (n=100)**  
Quelle: Eigene Erhebung

### 9.3.4 Soziales Sportverhalten

Die Probanden wurden nach ihrem sozialen Sportverhalten gefragt. 36% aller befragten Personen betreiben am liebsten alleine Sport im Fitnessstudio. 16% der Befragten trainieren hauptsächlich gemeinsam mit einem (Trainings-) Partner und 22% bevorzugen das Sporttreiben gemeinsam in der Gruppe. Bei 26% der Fitnessaktiven ist dies immer verschieden.

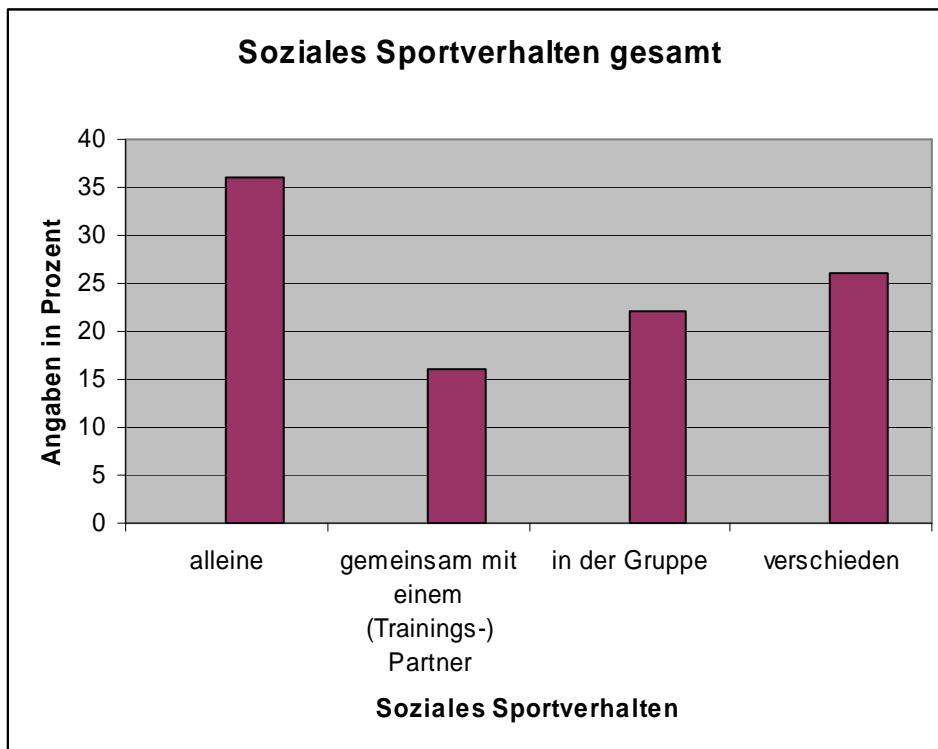
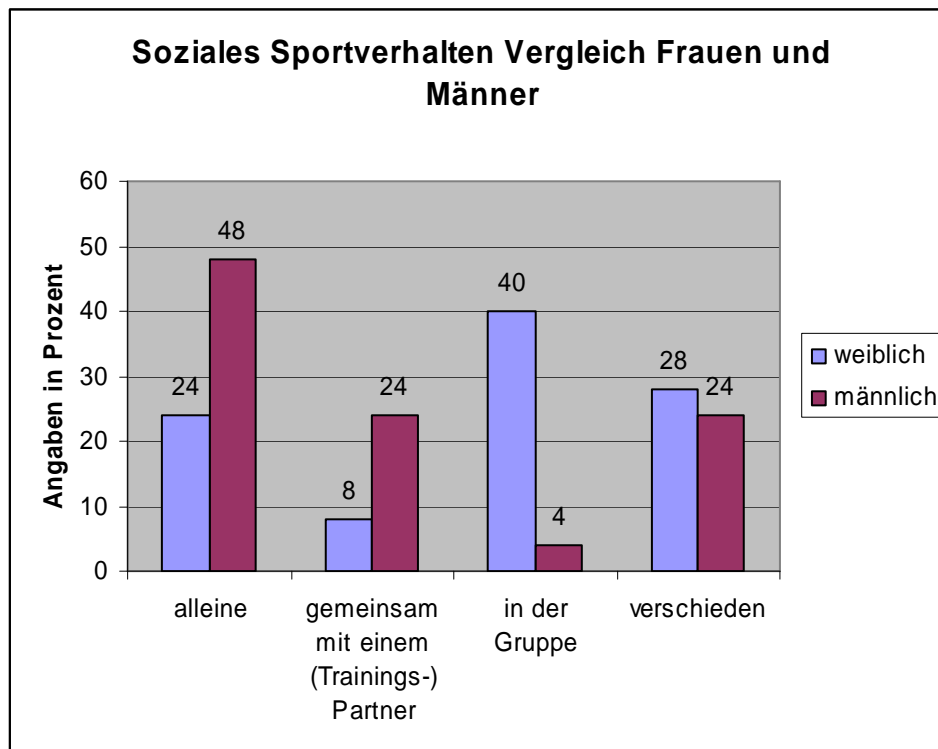


Abbildung 24: Soziales Sportverhalten gesamt (n=100)

Quelle: Eigene Erhebung

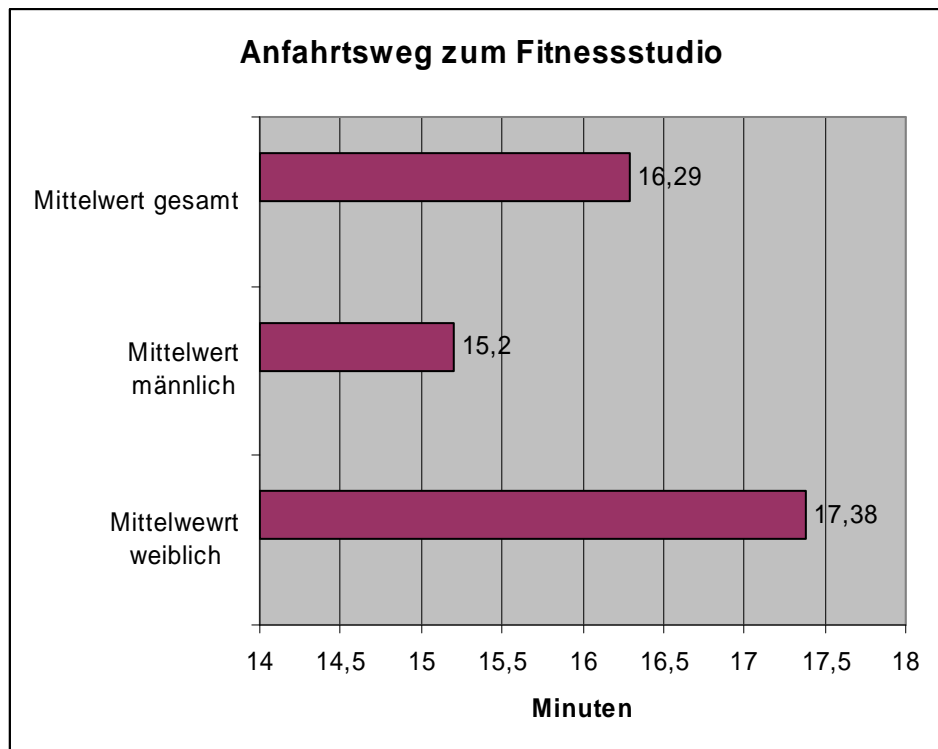
Betrachtet man die Ergebnisse der Männer und Frauen getrennt voneinander, zeigt sich, dass die Frauen mit 40% hauptsächlich in der Gruppe Sport betreiben. Die Männer hingegen trainieren mit 48% am liebsten alleine.



**Abbildung 25: Soziales Sportverhalten Vergleich Frauen und Männer (n=100)**  
 Quelle: Eigene Erhebung

### 9.3.5 Anfahrtsweg

In Bezug auf die Länge des Anfahrtsweges zum Fitnessclub zeigte sich, dass der durchschnittliche Zeitaufwand bei 16,29 Minuten (SD = 10,67) liegt. Mehr als die Hälfte der befragten Personen brauchen im Schnitt 10, 15 oder 20 Minuten zu ihrem Fitnessclub. Der geringste Zeitaufwand liegt bei 1 Minute, der höchste bei 60 Minuten. Diese Ergebnisse zeigen, dass ein kurzer Anreiseweg zum Fitnessstudio von großer Bedeutung zu sein scheint. Vergleicht man die weiblichen und die männlichen Fitnessclubbesucher, zeigt sich, dass die Frauen einen Mittelwert von 17,38 Minuten (SD = 11,35), und die Männer einen Mittelwert von 15,2 Minuten (SD = 9,93) haben.



**Abbildung 26: Anfahrtsweg zum Fitnessstudio (Mittelwerte, n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung

Im Vergleich mit der vorliegenden Literatur ergab sich, dass die Studiokunden bereit sind, maximal 10km Anfahrtsweg, das bedeutet eine Fahrzeit von ungefähr 15-20 Minuten, in Kauf zu nehmen (Höller, 1991, S.86). Diese Zeitangabe deckt sich auch mit den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchung.

#### 9.4 Beweggründe und Zielsetzungen für das Training

In diesem Kapitel wird näher auf die Beweggründe und Zielsetzungen für das Training im Fitnessstudio eingegangen. Im Zuge der Befragung mussten die Probanden 15 Aussagen über die Motivation für den Besuch eines Fitnessclubs mit einer fünfstufigen Skala bewerten, wobei ihnen verschiedene Antwortmöglichkeiten zur Verfügung standen:

- stimme stark zu (1)
- stimme zu (2)
- neutral/weiß nicht (3)
- lehne ab (4)
- lehne stark ab (5)

**Tabelle 8: Mittelwerte und Standardabweichungen der verschiedenen Aussagen zur Motivation**

(1...stimme stark zu; 2...stimme zu; 3...neutral/ weiß nicht; 4...lehne ab; 5...lehne stark ab)

<b><i>Beweggründe und Motive: Ich trainiere im Fitnessstudio,...</i></b>	<b>Mittelwert</b>	<b>Standardabweichung</b>
um gesund zu bleiben	1,50	0,57
um körperlich fit zu sein	1,51	0,68
weil ich mich gerne bewege	1,83	0,80
um einen Ausgleich zu meinem alltäglichen Leben zu finden	2,01	0,95
um einen schönen Körper zu bekommen	2,17	1,005
um attraktiv auszusehen	2,31	1,07
um einen schlanken Körper zu bekommen und damit besser auszusehen	2,32	0,99
weil ich körperliche Leistung erbringen möchte	2,41	1,09
um mich zu entspannen	2,46	1,14
um Muskeln aufzubauen	2,54	1,14
weil ich mich austoben und auspowern möchte	2,58	1,28
weil ich gerne gemeinsam in der Gruppe trainiere	3,25	1,20
weil meine Freunde auch im Club trainieren	3,27	1,23
weil ich dabei neue Leute kennen lerne	3,45	1,08
aufgrund einer medizinischen Empfehlung	3,57	1,27

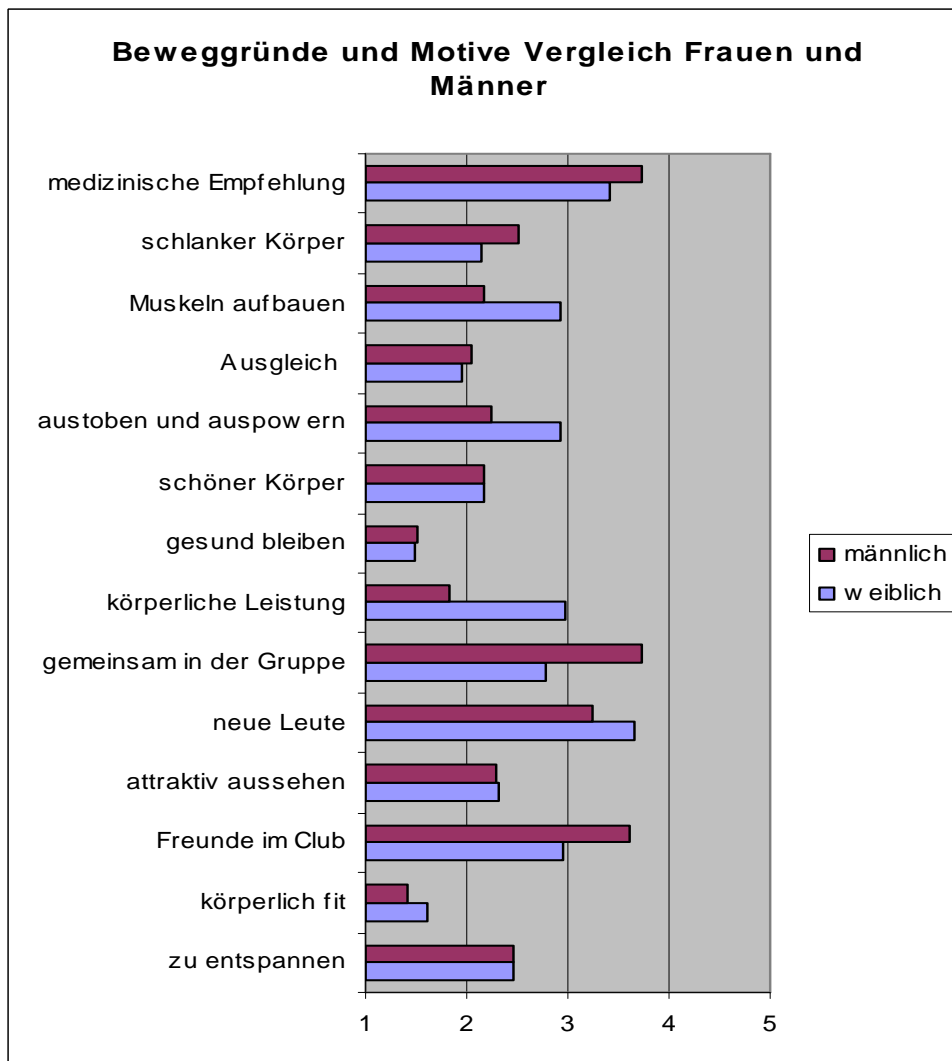
Quelle: Eigene Erhebung

Tabelle 8 zeigt die Ergebnisse der Mittelwerte der verschiedenen Aussagen über die Beweggründe und Zielsetzungen für das Sporttreiben im Fitnessstudio, gereiht nach der durchschnittlichen Zustimmung der gesamten Stichprobe.

Die Gegenüberstellung der Mittelwerte der unterschiedlichen Aussagen zur Motivation zeigt, dass gesundheitsbezogenen und fitnessbezogenen Aussagen an erster Stelle stehen. Weiters scheint der „Spaß“ beim Sporttreiben von Bedeutung zu sein, gefolgt von aussehensbezogenen sowie figurbezogenen Motiven und Zielsetzungen. Die sozialen Motive stehen in der Reihung eher am Ende.

In der verwendeten Literatur konnten ähnliche Ergebnisse in Bezug auf die Motivation zum Sporttreiben gefunden werden. Zarotis (1999, S.26) beschreibt beispielsweise, dass Spaß, Gesundheit, Fitness, Ausgleich, Wohlbefinden und gutes Aussehen zu den heute vorherrschenden Werten im Sport gehören. Schlankheit, Fitness, Sportlichkeit, Jugendlichkeit und Beweglichkeit sind zu Idealen in der modernen Gesellschaft geworden.

In Abbildung 27 werden die Ergebnisse zu den Aussagen zur Motivation nochmals im Vergleich zwischen weiblichen und männlichen Fitnessclubbesuchern dargestellt. In der Graphik ist deutlich zu erkennen, dass sowohl den Frauen, als auch den Männern Motive wie „gesund sein“, „körperlich fit sein“ sowie „sich gerne bewegen“ am wichtigsten erscheinen. Die Aussagen „gemeinsam in der Gruppe trainieren“, „neue Leute kennen lernen“ sowie „aufgrund einer medizinischen Empfehlung“ werden von beiden Geschlechtern eher abgelehnt.



**Abbildung 27: Beweggründe und Motive Vergleich Frauen und Männer (Mittelwerte, n=100)**

(1...stimme stark zu; 2...stimme zu; 3...neutral/ weiß nicht; 4...lehne ab; 5...lehne stark ab)

Quelle: Eigene Erhebung

Während der Faktorenanalyse konnten 4 Skalen gebildet werden, die Skala „Fitness/ Gesundheit“, die Skala „Attraktivität/ Aussehen“, die Skala „sozialer Aspekt“ und die Skala „medizinische Empfehlung“. Folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse der Mittelwerte der verschiedenen Aussagen und Skalen über die Beweggründe und Zielsetzungen für das Sporttreiben im Fitnessstudio, gereiht nach der durchschnittlichen Zustimmung im Vergleich zwischen Frauen und Männern.

**Tabelle 9: Mittelwerte und Standardabweichungen der verschiedenen Aussagen und Skalen zur Motivation- Vergleich Frauen und Männer**

(1...stimme stark zu; 2...stimme zu; 3...neutral/ weiß nicht; 4...lehne ab; 5...lehne stark ab)

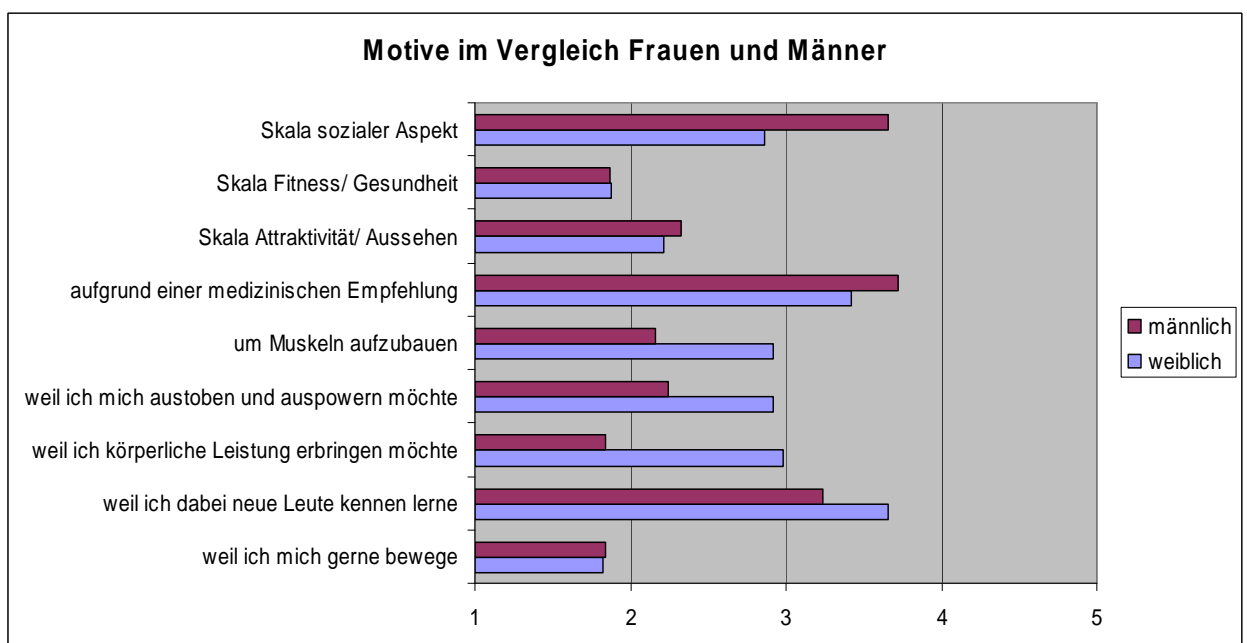
	Frauen			Männer		
	<i>Beweggründe und Motive</i>	Mittelwert	SD	<i>Beweggründe und Motive</i>	Mittelwert	SD
1.	gerne bewege	1,82	0,82	gerne bewege	1,84	0,79
				körperliche Leistung	1,84	0,65
2.	Skala Fitness/ Gesundheit	1,87	0,602	Skala Fitness/ Gesundheit	1,86	0,58
3.	Skala Attraktivität/ Aussehen	2,21	0,93	Muskeln aufbauen	2,16	0,95
4.	Skala sozialer Aspekt	2,86	1,08	austoben und auspowern	2,24	1,04
5.	Muskeln aufbauen	2,92	1,41	Skala Attraktivität/ Aussehen	2,32	0,97
	austoben und auspowern	2,92	1,19			
6.	körperliche Leistung	2,98	1,15	neue Leute kennen lernen	3,24	1,06
7.	medizinische Empfehlung	3,42	1,23	Skala sozialer Aspekt	3,66	0,93
8.	neue Leute kennen lernen	3,66	1,08	medizinische Empfehlung	3,72	1,309

Quelle: Eigene Erhebung

In Tabelle 9 ist ersichtlich, dass sowohl bei den Frauen, als auch bei den Männern das Motiv „sich gerne bewegen“ an erster Stelle steht. Bei den Männern spielt zusätzlich das Erbringen von körperlicher Leistung eine genauso bedeutende Rolle. Bei beiden Geschlechtern steht die Skala Fitness und Gesundheit an nächster Stelle. Für die Frauen spielt die Attraktivität und das Aussehen eine wichtige Rolle und steht an dritter Stelle.



Den Männern hingegen ist das Aufbauen von Muskeln wichtiger. Bei den Frauen kommt der soziale Aspekt an vierter Stelle. Für die männlichen Sportler ist es von Bedeutung, sich im Fitnessclub austoben und auspowern zu können. Weniger Bedeutung messen die Frauen den Bereichen „Muskeln aufbauen“, „sich austoben und auspowern“ sowie „körperliche Leistung erbringen“ zu. Den Männern scheinen die Skala Attraktivität/ Aussehen, sowie „neue Leute kennen lernen“ nur mittelmäßig wichtig zu erscheinen. Die weiblichen Fitnesssportlerinnen messen den Bereichen „aufgrund einer medizinischen Empfehlung“ sowie „neue Leute kennen lernen“ am wenigsten Bedeutung zu. An letzter Stelle stehen bei den Männern der soziale Aspekt und „aufgrund einer medizinischen Empfehlung“.



**Abbildung 28: Motive im Vergleich Frauen und Männer (n=100)**  
 (1...stimme stark zu; 2...stimme zu; 3...neutral/ weiß nicht; 4...lehne ab; 5...lehne stark ab)  
 Quelle: Eigene Erhebung

Die graphische Darstellung zeigt nochmals deutlich, welche Aussagen und Skalen die meiste Zustimmung von den befragten Frauen und Männern erhalten haben.

**Tabelle 10: Beweggründe und Motive- Vergleich Frauen und Männer**

	<b>Frauen</b>	<b>Männer</b>
<b>1.</b>	gerne bewegen	gerne bewegen
		körperliche Leistung einbringen
<b>2.</b>	Skala Fitness/ Gesundheit	Skala Fitness/ Gesundheit
<b>3.</b>	Skala Attraktivität/ Aussehen	Muskeln aufbauen
<b>4.</b>	Skala sozialer Aspekt	austoben und auspowern
<b>5.</b>	Muskeln aufbauen	Skala Attraktivität/ Aussehen
	austoben und auspowern	
<b>6.</b>	körperliche Leistung	neue Leute kennen lernen
<b>7.</b>	medizinische Empfehlung	Skala sozialer Aspekt
<b>8.</b>	neue Leute kennen lernen	medizinische Empfehlung

Quelle: Eigene Erhebung

Die vorliegende Tabelle zeigt eine Auflistung der wichtigsten Beweggründe und Motive der weiblichen und männlichen Fitnessclubbesucher.

Im Vergleich mit der verwendeten Literatur zeigen sich ähnliche Ergebnisse in Bezug auf die Beweggründe und Motive weiblicher und männlicher Fitnesssportler:

Das Motiv „sich gerne bewegen“ steht sowohl bei den Männern als auch bei den Frauen an erster Stelle. Auch Opaschowski (1987, S.25) stellte fest, dass 75% aller Freizeitsportler die sportliche Betätigung in erster Linie mit Spaß verbinden, auch wenn sie körperlich noch so anstrengend erscheint.

Das Erbringen von körperlicher Leistung steht bei den Männern in der vorliegenden Untersuchung ebenso an erster Stelle. Zarotis (1999, S.68) nennt zahlreiche Studien, die belegen, dass Männer in Bezug auf das Leistungs- Motiv deutlich höhere Werte aufweisen als die Frauen. Als Beispiel dafür werden die Untersuchungsergebnisse von

Mrazek und Rittner (1986, S.65) genannt, bei denen sich herausstellte, dass für Frauen Motive wie Spaß, Wohlbefinden und gutes Aussehen zu den wichtigsten Gründen für das Sporttreiben zählen. Im Gegensatz dazu sind den Männern das Leistungsmotiv sowie das Streben nach Gesundheit und Fitness etwas wichtiger als den Frauen.

Rampf (1999, S.48) beschreibt in Bezug auf die Studie von Brehm (1995, S.7), dass die Fitnesssportler/innen den kommunikativen Aspekten wie „mit netten Leuten zusammen sein“, „Kontakte knüpfen“ und „Kontakte pflegen“ weniger Bedeutung beimessen. In dieser Studie stellte sich heraus, dass der kommunikative Aspekt für 38,5% der Fitness-Aktiven wichtig ist. Das Ergebnis dieser Studie deckt sich mit den Untersuchungsergebnissen der durchgeführten Befragung.

Zarotis (1999, S.67) beschreibt in Anlehnung an Studien von Artus (1974) und Heinemann (1990), dass der Motivkomplex „Geselligkeit, Kontakt und Anschluss“ als frauenspezifisch zu charakterisieren ist. Frauen haben den verstärkten Wunsch nach gemeinschaftlicher Sportbetätigung, die sozialen Motive sind bei ihnen größer als bei den Männern. Auch bei der vorliegenden Untersuchung stellte sich heraus, dass der soziale Aspekt den Frauen etwas wichtiger erscheint als den Männern.

Rampf (1999, S.45) zeigt in Anlehnung an Brehm/Eberhardt (1995), dass die Formung der Figur für 89,6% der Frauen eine etwas stärkere Bedeutung hat als für die Männern mit 78,5%. Auch das Ziel, das Körpergewicht zu reduzieren, war für 60% der Frauen und knapp 50% der Männer von großer Wichtigkeit. Auch die vorliegenden Untersuchungsergebnisse weisen darauf hin, dass die Skala Attraktivität/ Aussehen rein deskriptiv betrachtet von den Frauen etwas wichtiger bewertet wird als von den Männern.

Im Zuge der Faktorenanalyse bildeten sich vier Hauptkomponenten der Motivation heraus. Die folgende Tabelle zeigt eine Rangreihung der Mittelwerte der verschiedenen Skalen, gereiht nach der durchschnittlichen Zustimmung aller Probanden.

**Tabelle 11: Mittelwerte und Standardabweichungen der verschiedenen Motivgruppen**

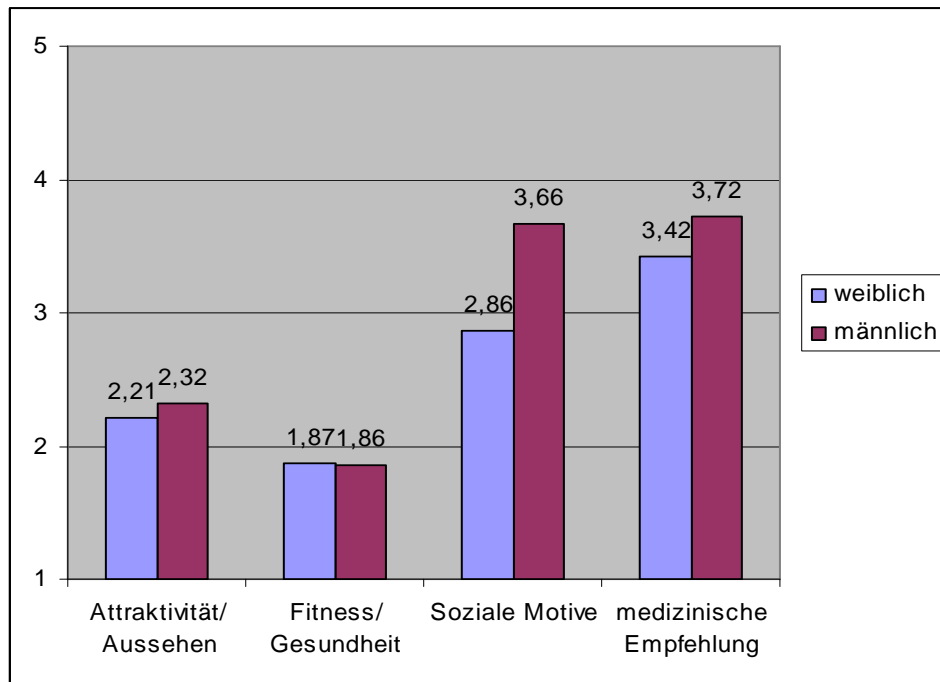
(1...stimme stark zu; 2...stimme zu; 3...neutral/ weiß nicht; 4...lehne ab; 5...lehne stark ab)

Motivgruppen	Gesamtstichprobe		Frauen		Männer	
	Mittelwert	SD	Mittelwert	SD	Mittelwert	SD
<b>Fitness/ Gesundheit</b>	1,87	0,59	1,87	0,602	1,86	0,58
<b>Attraktivität/ Aussehen</b>	2,26	0,94	2,21	0,93	2,32	0,97
<b>Soziale Motive</b>	3,26	1,08	2,86	1,08	3,66	0,93
<b>medizinische Empfehlung</b>	3,57	1,27	3,42	1,23	3,72	1,309

Quelle: Eigene Erhebung

Anhand der vorliegenden Tabelle zeigt sich, dass die Aussagen zum Motiv „Fitness/ Gesundheit“ die höchste Zustimmung mit einem Mittelwert von 1,87 (SD = 0,59) erhielten. An zweiter Stelle steht die Skala „Attraktivität/ Aussehen“ mit einem Mittelwert von 2,26 (SD = 0,94). Die sozialen Motive werden von den Befragten mit einem Mittelwert von 3,26 (SD = 1,08) bewertet, und stehen damit in der Gesamtstichprobe an dritter Stelle. An vierter Stelle ist die Skala „medizinische Empfehlung“ mit einem Mittelwert von 3,57 (SD = 1,27) zu finden.

Auch die vorliegende Literatur weist ähnliche Ergebnisse auf. Zarotis (1999, S.25) beschreibt, dass das Streben nach Gesundheit, körperlicher Fitness und Unversehrtheit vor allem bei der Altersgruppe über dreißig Jahren immer mehr an Bedeutung gewinnt.



**Abbildung 29: Motive (n=100)**

(1...stimme stark zu; 2...stimme zu; 3...neutral/ weiß nicht; 4...lehne ab; 5...lehne stark ab)

Quelle: Eigene Erhebung

Abbildung 29 stellt nochmals graphisch dar, dass sowohl bei den Frauen ( $M = 1,87$ ,  $SD = 0,602$ ), als auch bei den Männern ( $M = 1,86$ ,  $SD = 0,58$ ) die Skala Fitness/ Gesundheit am meisten Zustimmung erhalten hat. An zweiter Stelle befindet sich bei beiden Geschlechtern die Skala Attraktivität/ Aussehen. Der soziale Aspekt steht sowohl bei den weiblichen ( $M = 2,86$ ,  $SD = 1,08$ ) also auch bei den männlichen Fitnessclubbesuchern ( $M = 3,66$ ,  $SD = 0,93$ ) am dritten Platz. Am wenigsten Zustimmung erhielt die Skala medizinische Empfehlung.

### 9.4.1 Überprüfung der Hypothesen

H0/5: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern in Bezug auf folgende Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich mich gerne bewege.“

Die statistische Auswertung erfolgte in diesem Abschnitt mittels Mann-Whitney-Test (U-Test), da die Normalverteilung in diesem Fall nicht gegeben ist. Es wird ein Signifikanzniveau Alpha von 5 % verwendet.

Es gibt keinen signifikanten Unterschied ( $p = 0,857$ ) zwischen Frauen und Männern. H0/5 wird angenommen, da sich Frauen (mittlerer Rang = 50,02) und Männer (mittlerer Rang =

50,98) nicht signifikant in Bezug auf die Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich mich gerne bewege“ unterscheiden.

H0/6: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern in Bezug auf folgende Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich dabei neue Leute kennen lerne.“

Die statistische Auswertung erfolgte in diesem Abschnitt mittels Mann-Whitney-Test (U-Test), da die Normalverteilung in diesem Fall nicht gegeben ist. Es wird ein Signifikanzniveau Alpha von 5 % verwendet.

Es gibt keinen signifikanten Unterschied ( $p= 0,078$ ) zwischen Frauen und Männern. H0/6 wird angenommen, da sich Frauen (mittlerer Rang = 55,43) und Männer (mittlerer Rang = 45,57) nicht signifikant in Bezug auf die Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich dabei neue Leute kennen lerne“ unterscheiden.

H0/7: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern in Bezug auf folgende Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich körperliche Leistung erbringen möchte.“

Die statistische Auswertung erfolgte in diesem Abschnitt mittels Mann-Whitney-Test (U-Test), da die Normalverteilung in diesem Fall nicht gegeben ist. Es wird ein Signifikanzniveau Alpha von 5 % verwendet.

Es gibt einen signifikanten Unterschied ( $p= 0,000$ ) zwischen Frauen und Männern. H0/7 wird verworfen, da sich Frauen und Männer signifikant in Bezug auf die Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich körperliche Leistung erbringen möchte“ unterscheiden. Die Alternativhypothese wird angenommen. Aus den mittleren Rängen ist ersichtlich, dass die Frauen (mittlerer Rang = 64,56) die Aussage deutlicher ablehnen als die Männer (mittlerer Rang = 36,44). Den Männern scheint das Erbringen von körperlicher Leistung deutlich wichtiger zu sein als den Frauen.

H0/8: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern in Bezug auf folgende Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich mich austoben und auspowern möchte.“

Die statistische Auswertung erfolgte in diesem Abschnitt mittels Mann-Whitney-Test (U-Test), da die Normalverteilung in diesem Fall nicht gegeben ist. Es wird ein Signifikanzniveau Alpha von 5 % verwendet.

Es gibt einen signifikanten Unterschied ( $p= 0,018$ ) zwischen Frauen und Männern. H0/8 wird verworfen, da sich Frauen und Männer signifikant in Bezug auf die Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich mich austoben und auspowern möchte“ unterscheiden. Die Alternativhypothese wird angenommen. Aus den mittleren Rängen ist ersichtlich, dass die Frauen (mittlerer Rang = 57,10) die Aussage vermehrt ablehnen als die Männer (mittlerer Rang = 43,90). Den männlichen Sportlern ist es wichtiger als den weiblichen Fitnessaktiven, sich im Fitnessclub austoben und auspowern zu können.

H0/9: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern in Bezug auf folgende Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, um Muskeln aufzubauen.“

Die statistische Auswertung erfolgte in diesem Abschnitt mittels Mann-Whitney-Test (U-Test), da die Normalverteilung in diesem Fall nicht gegeben ist. Es wird ein Signifikanzniveau Alpha von 5 % verwendet.

Es gibt einen signifikanten Unterschied ( $p= 0,001$ ) zwischen Frauen und Männern. H0/9 wird verworfen, da sich Frauen und Männer signifikant in Bezug auf die Aussage: „Ich trainiere im Fitnessstudio, um Muskeln aufzubauen“ unterscheiden. Die Alternativhypothese wird angenommen. Aus den mittleren Rängen ist zu erkennen, dass die Frauen (mittlerer Rang = 59,48) die Aussage vermehrt ablehnen als die Männer (mittlerer Rang = 41,52). Somit zeigt sich, dass es den männlichen Fitnesssportler wichtiger ist Muskeln aufzubauen als den weiblichen Sportlerinnen.

H0/10: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich des Aspekts „Attraktivität/ Aussehen“.

Die statistische Auswertung erfolgte in diesem Abschnitt mittels Mann-Whitney-Test (U-Test), da die Normalverteilung in diesem Fall nicht gegeben ist. Es wird ein Signifikanzniveau Alpha von 5 % verwendet.

Es gibt keinen signifikanten Unterschied ( $p=0,645$ ) zwischen Frauen und Männern.  $H_0/10$  wird angenommen, da sich Frauen (mittlerer Rang = 49,18) und Männer (mittlerer Rang = 51,82) nicht signifikant hinsichtlich des Aspekts „Attraktivität/ Aussehen“ unterscheiden.

$H_0/11$ : Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich des Aspekts „Fitness/ Gesundheit“.

Die statistische Auswertung erfolgte in diesem Abschnitt mittels T-Test für unabhängige Stichproben. Die Normalverteilung ist innerhalb der Gruppen gegeben. Es wird ein Signifikanzniveau Alpha von 5 % verwendet. Die Normalverteilung wurde graphisch mittels Histogramm überprüft. Das nicht signifikante Ergebnis des Levene Test ( $p=0,709$ ) bedeutet, dass die Varianzen homogen sind und ein T-Test für unabhängige Stichproben gerechnet werden darf.

Es gibt keinen signifikanten Unterschied ( $T=0,084$ ;  $df=98$ ;  $p=0,933$ ) zwischen Frauen und Männern.  $H_0/11$  wird angenommen, da sich Frauen ( $M = 1,875$ ) und Männer ( $M = 1,865$ ) nicht signifikant hinsichtlich des Aspekts „Fitness/ Gesundheit“ unterscheiden.

$H_0/12$ : Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich des „sozialen Aspekts“.

Die statistische Auswertung erfolgte in diesem Abschnitt mittels Mann-Whitney-Test (U-Test), da die Normalverteilung in diesem Fall nicht gegeben ist. Es wird ein Signifikanzniveau Alpha von 5 % verwendet.

Es gibt einen signifikanten Unterschied ( $p=0,000$ ) zwischen Frauen und Männern.  $H_0/12$  wird verworfen, da sich Frauen (mittlerer Rang = ) und Männer signifikant hinsichtlich des „sozialen Aspekts“ unterscheiden. Die Alternativhypothese wird angenommen. Aus den mittleren Rängen ist zu erkennen, dass die Männer (mittlerer Rang = 60,81) die Aussagen vermehrt ablehnen als die Frauen (mittlerer Rang = 40,19). Für die Frauen ist der soziale Aspekt wichtiger als für die Männer.



H0/13: Es besteht kein signifikanter Unterschied zwischen Frauen und Männern hinsichtlich des „medizinischen Aspekts“.

Die statistische Auswertung erfolgte in diesem Abschnitt mittels Mann-Whitney-Test (U-Test), da die Normalverteilung in diesem Fall nicht gegeben ist. Es wird ein Signifikanzniveau Alpha von 5 % verwendet.

Es gibt keinen signifikanten Unterschied ( $p=0,194$ ) zwischen Frauen und Männern. H0/13 wird angenommen, da sich Frauen (mittlerer Rang = 46,85) und Männer (mittlerer Rang = 54,15) nicht signifikant hinsichtlich des „medizinischen Aspekts“ unterscheiden.

Die Auswertung hat zusammenfassend ergeben, dass sich die Ergebnisse der Frauen und Männer hinsichtlich folgender vier Bereiche signifikant unterscheiden:

- „sozialer Aspekt“
- „Ich trainiere im Fitnessstudio, um Muskeln aufzubauen“
- „Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich mich austoben und auspowern möchte“
- „Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich körperliche Leistung erbringen möchte“

In der vorliegenden Literatur konnten ähnliche Ergebnisse festgestellt werden wie in der empirischen Untersuchung. Zarotis (1999, S.68) führt einige Studien an, die belegen, dass Männer in Bezug auf das Leistungs- Motiv deutlich höhere Werte aufweisen als die Frauen. Ein Beispiel dafür wären die Untersuchungsergebnisse von Mrazek und Rittner (1986, S.65), bei denen sich herausstellte, dass den Männern das Leistungsmotiv etwas wichtiger erscheint als den Frauen.

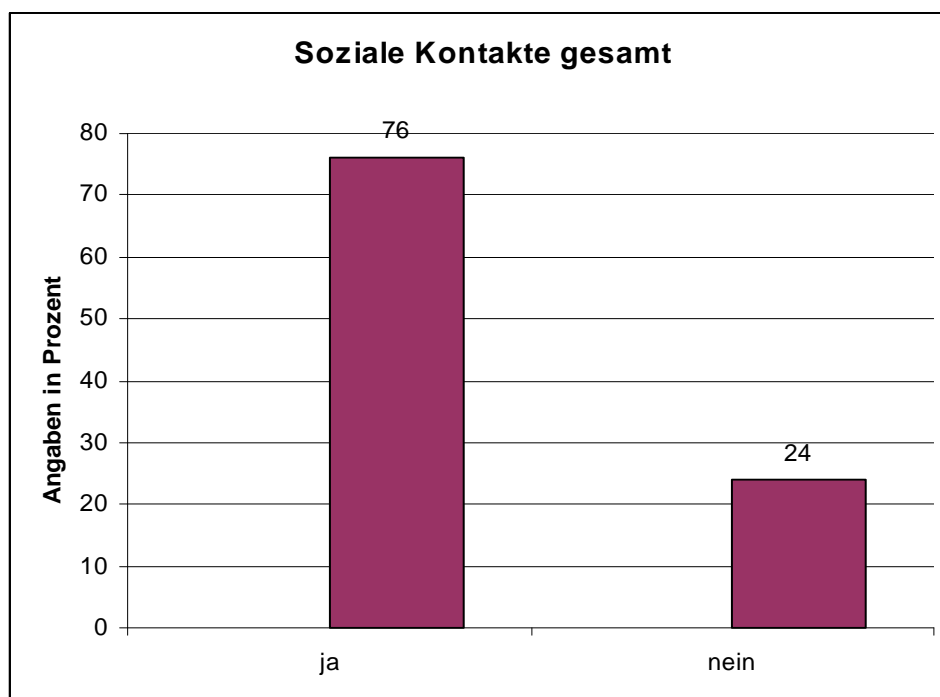
Zarotis (1999, S.67) beschreibt in Anlehnung an Studien von Artus (1974) und Heinemann (1990), dass der Motivkomplex „Geselligkeit, Kontakt und Anschluss“ als frauenspezifisch zu charakterisieren ist. Frauen verspüren den verstärkten Wunsch nach gemeinschaftlicher Sportbetätigung, die sozialen Motive sind bei ihnen ausgeprägter als bei den Männern.

Dreesmann (2007, S.12) betont, dass Männern häufig nachgesagt wird, dass sie ausschließlich nach Muskelzuwachs streben, wobei Frauen eher an der Reduktion von Körpermasse interessiert sind. Enders (2007, S.97/98) führte ebenso eine Untersuchung

bei weiblichen und männlichen Fitnesssportler/innen durch, und stellte dabei fest, dass den Männern der Aufbau von Muskelmasse wichtiger erscheint als den Frauen.

## 9.5 Soziale Kontakte

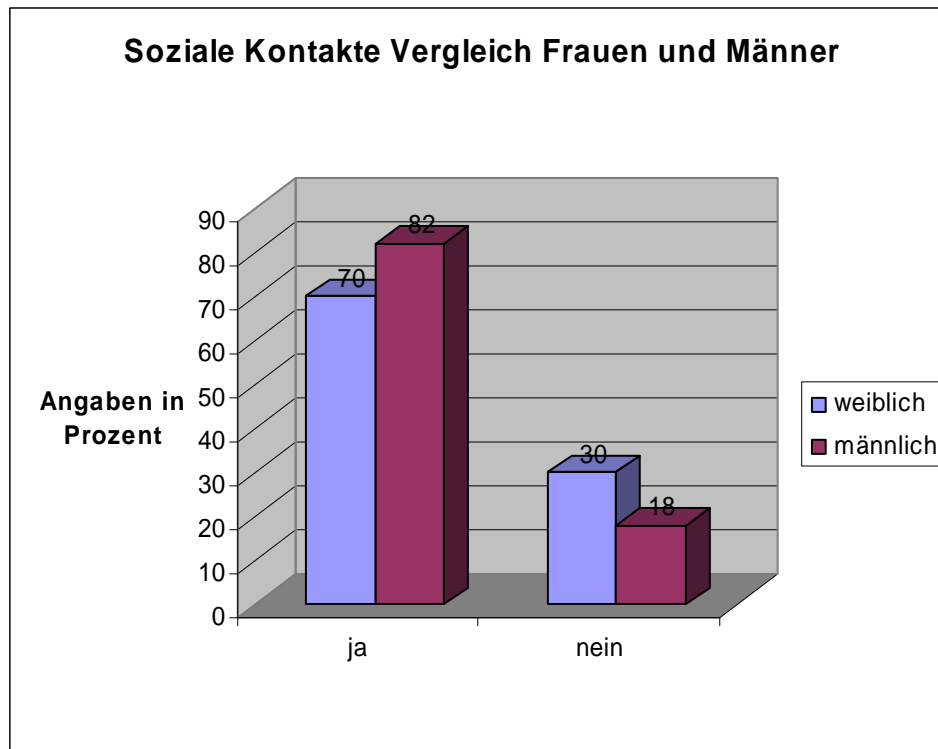
In Abbildung 30 wird ersichtlich, dass 76% aller befragten Personen durch das Training im Fitnessstudio neue Menschen kennen gelernt haben. 24% der Befragten geben an, keine neuen Personen kennen gelernt zu haben.



**Abbildung 30: Soziale Kontakte gesamt (n=100)**

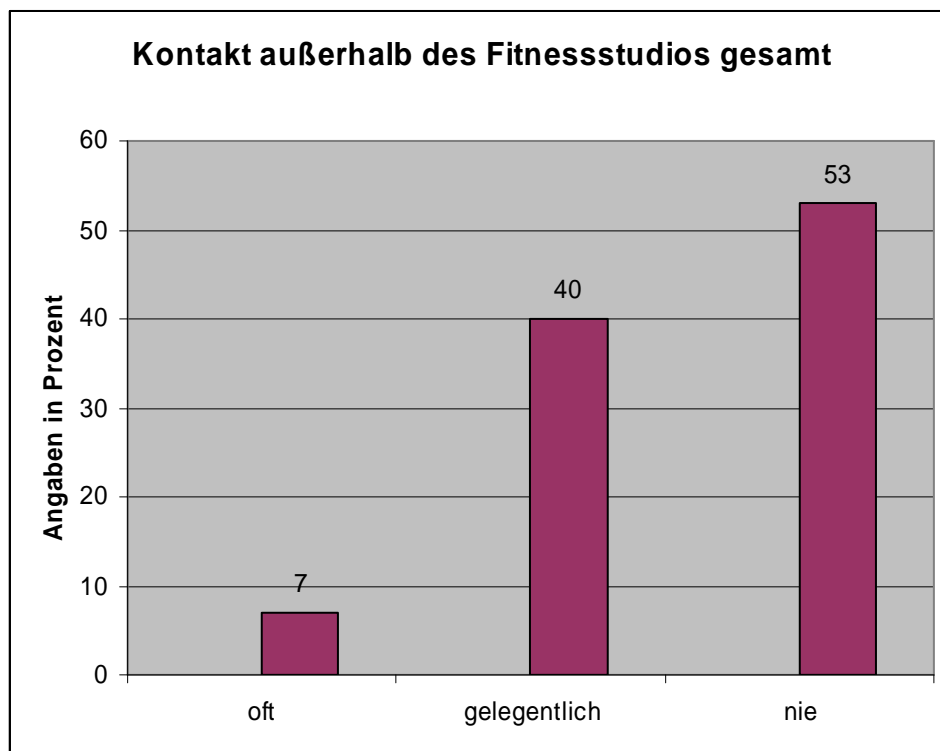
Quelle: Eigene Erhebung

Vergleicht man die beiden Geschlechter, kann man deskriptiv betrachtet fast keine Unterschiede erkennen. 82% der Männer sowie 70% der Frauen haben durch das Training im Fitnessstudio den Kontakt zu anderen Personen gefunden. 30% der Frauen sowie 18% der Männer geben an, keine neuen Menschen im Fitnessstudio kennen gelernt zu haben.



**Abbildung 31: Soziale Kontakte im Vergleich Frauen und Männer (n=100)**  
Quelle: Eigene Erhebung

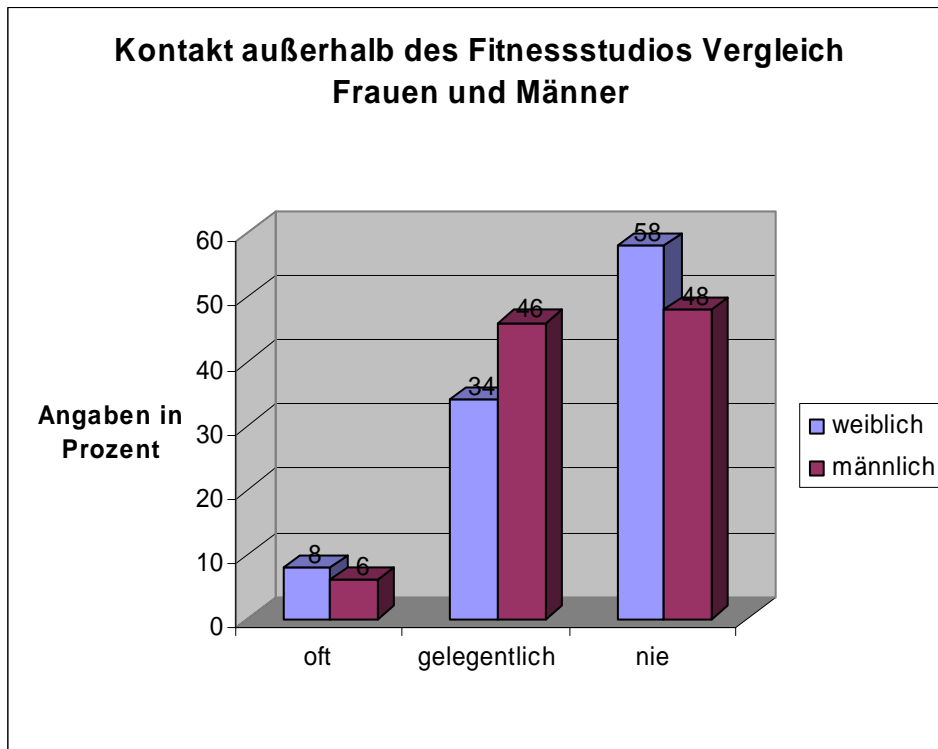
Befragt man die Probanden danach, ob sie auch außerhalb des Fitnessstudios Kontakt zu diesen Personen haben, zeigt sich, dass mehr als die Hälfte der Befragten nie (53%) oder gelegentlich (40%) Kontakt zu den neuen Bekanntschaften haben. Nur 7% der Fitnessaktiven treffen sich auch außerhalb des Fitnessstudios mit den neuen Freunden.



**Abbildung 32: Kontakt außerhalb des Fitnessstudios gesamt (n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung

Betrachtet man die Geschlechter getrennt voneinander zeigen sich ähnliche Ergebnisse. 58% der Frauen sowie 48% der Männer haben keinen zusätzlichen Kontakt zu den neu gewonnenen Bekanntschaften aus dem Fitnessclub. 46% der männlichen Sportler sowie 34% der weiblichen Fitnessaktiven treffen sich gelegentlich mit den neu gewonnenen Bekannten. Oft haben nur 8% der Frauen und 6% der Männer Kontakt zu den neuen Freunden.



**Abbildung 33: Kontakte außerhalb des Fitnessstudios im Vergleich Frauen und Männer (n=100)**

Quelle: Eigene Erhebung

## 10 Zusammenfassung und Schlusswort

Kommerzielle Sportanbieter sind vor allem in den letzten Jahren zu einem sehr bedeutungsvollen Faktor innerhalb der traditionellen Sportstrukturen wie Vereine, Bildungsinstitutionen etc. aufgestiegen. Auch in den Medien wird immer häufiger über Fitnessstudio berichtet. „Körperliche Fitness“ liegt im Trend der heutigen Gesellschaft. Palm (1988, S.38, zit.n. Mickler und Moser, 1988, S.205) nennt als Hauptgrund für die Attraktivität von Fitnessstudios die Deckung eines Bedürfnisses einer größeren Bevölkerungsgruppe mittels eines Angebots, das als attraktiv, zeitgemäß und im Trend liegend bezeichnet werden kann.

Die Geschichte des Fitnesssports zeigt, dass sich die Fitnessstudios im Laufe der Zeit zu kommerziellen und marktorientierten Dienstleistungsunternehmen entwickelt haben, die sich auch in Zukunft weiterhin den neuen Trends anpassen müssen, um unter der zahlreichen Konkurrenz bestehen zu können. Fitnessstudios weisen viele Besonderheiten und Merkmale auf, die sie von anderen Sportanbietern wie Vereinen unterscheiden. Charakteristisch für Fitnessclubs sind beispielsweise ihre flexiblen Öffnungszeiten, sowie das große Angebot an verschiedenen Trainingsmöglichkeiten. Dadurch können ihre Mitglieder zu jeder Zeit und unabhängig von anderen Personen Sport betreiben.

Immer mehr Menschen wenden sich dem Sporttreiben im Fitnessstudio zu. Dies ist unter anderem auf den Wertewandel in unserer Gesellschaft zurück zu führen. Zarotis (1999, S.119) führt aus, dass der gesellschaftliche Wandel, sowie die Zunahme der Freizeit zu einem neuen Sportverständnis der Menschen geführt haben. Mit dem Wandel des Sports änderten sich auch die Motive des Sporttreibens. Zarotis (1999, S.119) beschreibt, dass das Sporttreiben in den 50er und 60er Jahren noch mit Leistung und Wettkampf in Verbindung gebracht wurde. Heutzutage werden diese Motive ersetzt von Gesundheit und Fitness, Spaß, Ausgleich, Wohlbefinden, Aussehen und Geselligkeit.

Das Alter sowie das Geschlecht eines Menschen haben einen Einfluss auf sein Sportverhalten. Weiss (1997, S.49f) beschreibt, dass die Variablen Alter, Geschlecht, Bildung und beruflicher Status, sowie das Einkommen und die Wohnortsgröße einen Einfluss auf das Sportengagement der Menschen haben. Weiss (1997, S.49f) führt hier weiters aus, dass das Alter den bedeutendsten Faktor für das Sporttreiben darstellt. In vielen Sportarten sind die jungen Menschen am aktivsten, ältere Menschen ab ungefähr 60 Jahren treiben nur mehr in geringem Ausmaß Sport. In Bezug auf das Geschlecht lassen sich verschiedenste Unterschiede sowie Gemeinsamkeiten in Bezug auf das Sportverhalten aufzeigen.

Gabler (2002, S.12) betont, dass die Frage nach der Motivation des Sporttreibens gleichzusetzen ist mit der Frage nach dem Warum und Wozu des Verhaltens, nach den Beweggründen des Verhaltens, und danach, was uns dazu bewegt, uns so und nicht anders zu verhalten. In der Motivationspsychologie werden unterschiedliche theoretische Ansätze beschrieben, durch die sich Motiviertes Verhalten erklären lässt. Dabei werden verschiedene Ursachen für das Verhalten beschrieben (Enders, 2007, S.3). Motive werden in der empirischen Motivationsforschung in bestimmte Klassifikationen eingeteilt. Ein verbreitet angewendetes Modell im motivationspsychologischen Arbeiten ist das Hierarchiemodell nach Maslow (1968), nach dem zunächst bestimmte Grundbedürfnisse des Menschen befriedigt werden müssen, bevor höhere Bedürfnisse angestrebt werden können (Enders, 2007, S.9). In der Motivationsforschung wird weiters beschrieben, dass das Verhalten der Menschen entweder „von innen her“ (intrinsisch) oder „von außen her“ (extrinsisch) motiviert ist (Heckhausen, 1989, S.459). In Bezug auf die Beweggründe und Motive für das Sporttreiben im Fitnessstudio zeigt sich anhand der vorliegenden Literatur, dass sich die dominierenden Motive aus Gesundheit und Fitness, Spaß und Freude an der Bewegung, Aussehen und Ästhetik, Ausgleich und Wohlbefinden, Leistung, sowie Anschluss und Geselligkeit zusammen setzen.

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit den Beweggründen für das Sporttreiben im Fitnessstudio. Es wurde eine empirische Untersuchung durchgeführt, in der die befragten Personen der Altersgruppe zwischen 30 und 50 Jahren angehören. Die Untersuchung wurde mittels Fragebogen in drei verschiedenen Fitnessstudios in Wien durchgeführt. Das Ziel der vorliegenden Untersuchung war es, die Beweggründe und Motive der weiblichen und männlichen Fitnessclubbesucher aufzuzeigen und miteinander zu vergleichen. Es wurde versucht, näher auf die Unterschiede der beiden Geschlechter in Bezug auf die verschiedenen Motivkomplexe einzugehen. Ebenso wurde untersucht, ob sich die beiden Geschlechter bezüglich der Nutzung der unterschiedlichen Bereiche des Fitnessclubs unterscheiden.

Im Zuge der empirischen Untersuchung konnten interessante Ergebnisse gewonnen werden. Im Folgenden werden die wichtigsten Ergebnisse kurz zusammengefasst:

1. Beide Geschlechter messen dem Motiv „sich gerne bewegen“ die größte Bedeutung zu.
2. Für die Männer hat es ebenso große Wichtigkeit körperliche Leistung im Fitnessstudio zu erbringen. Hier unterscheiden sich die beiden Geschlechter signifikant voneinander. Den Frauen ist dieses Motiv weniger wichtig.

3. Der Aspekt „Fitness/ Gesundheit“ wird sowohl von den Frauen, als auch von den Männern als sehr wichtig eingeschätzt.
4. Für beide Geschlechter ist der Aspekt „Attraktivität/ Aussehen“ bedeutsam.
5. Weniger wichtig bewerten die Fitnesssportler/innen den sozialen Aspekt. Hier unterschieden sich die Geschlechter signifikant voneinander. Den Frauen scheinen die sozialen Motive etwas wichtiger zu sein als den Männern.
6. Der „medizinische Aspekt“ wird von beiden Geschlechtern eher abgelehnt.
7. Beide Geschlechter unterscheiden sich signifikant hinsichtlich der Benutzung des Herzkreislauftrainingsbereichs. Dieser Bereich wird von den Männern mehr genutzt als von den Frauen.
8. Es ergaben sich ebenfalls signifikante Unterschiede bezüglich der Nutzung des Aerobicsaals. Hier zeigte sich eindeutig, dass die weiblichen Sportlerinnen das Angebot an Gymnastik- und Aerobickursen mehr in Anspruch nehmen als die Männer.
9. Auch hinsichtlich der Nutzung des Gerätebereichs gibt es signifikante Unterschiede bei den Geschlechtern. Die männlichen Fitnessaktiven nützen diesen Bereich deutlich mehr als die Frauen.
10. Hinsichtlich der Nutzung des Wellnessbereichs gab es keine signifikanten Unterschiede zwischen Männern und Frauen.

In der Literatur sind zahlreiche Studien zum Thema Motivation und Fitnessstudio zu finden. Im Vergleich mit der verwendeten Literatur konnten ähnliche Ergebnisse wie in der vorliegenden Untersuchung gefunden werden. Hier zeigte sich ebenso, dass dem „Spaßmotiv“ von den Fitnesssportler/innen die meisten Bedeutung zugeschrieben wird. Weiters wurden die Aspekte Gesundheit, Fitness und Aussehen sowohl in der Literatur, als auch bei der Untersuchung von den Fitnessaktiven als wichtig bewertet.



Bässler (1988, S.3) beschreibt den Fitnesssport und die Motivation der Sportler/innen folgendermaßen:

„Die Faszination des heutigen Fitness-Sports liegt somit in seiner Mischung aus BEWEGUNG, SPIEL und SPASS. Das heißt, daß die Menschen heute, die sich sportlich betätigen, nicht mehr so sehr leistungsbetont als viel mehr lustbetont handeln und dem Sporttreiben der Entspannung dem Spaß und der Zerstreuung wegen größere Bedeutung bemessen als der bedingungslosen Anstrengung und dem Wettkampf im Sport. Nach dem Motto „mehr Lust als Leistung“ ist für die Freizeitsportler heute der Spaß am Sport das wichtigste Motiv für Sporttreiben, gefolgt von dem Bedürfnis nach Gesundheit, Fitness und dem Naturerlebnis, wie die Umfrage in Niederösterreich zeigte.“

Die sozialen Aspekte werden von den Fitnessclubbesucher/innen als weniger bedeutsam angesehen. Dies könnte bedeuten, dass sich die Mitglieder eines Fitnessclubs vermehrt auf sich selbst und ihr eigenes Training konzentrieren wollen. Auch in der Untersuchung zeigte sich, dass 36% der befragten Personen am liebsten alleine trainieren. Vergleicht man jedoch die beiden Geschlechter miteinander, zeigt sich, dass 40% der Frauen am liebsten in der Gruppe trainieren, wohingegen 48% der Männer am liebsten alleine Sport machen. Mehr als die Hälfte der befragten Personen gaben an, durch das Sporttreiben im Fitnessstudio neue Menschen kennen gelernt zu haben. Außerhalb des Fitnessclubs haben jedoch nur 40% der Personen gelegentlich, sowie 7% oft Kontakt zu den neu gewonnenen Bekanntschaften.

Das Training im Fitnessstudio wird von den meisten Sportler/innen als wichtig, oder sehr wichtig, eingeschätzt. Auch bei der Bewertung der Wichtigkeit der unterschiedlichen Lebensbereiche zeigte sich, dass der Bereich Sport/ Fitness bei den Probanden an dritter Stelle von acht Bereichen zu finden ist. Weiters konnte festgestellt werden, dass die meisten der befragten Personen auch zusätzlich zum Sport im Fitnessstudio andere Sportarten betreiben. Am häufigsten genannt wurden die Sportarten Laufen, Skifahren, Radfahren und Schwimmen. Mehr als die Hälfte der befragten Personen trainieren bereits länger als 5 Jahre in einem Fitnessstudio. 47% der befragten Personen trainieren 2-3mal in der Woche im Fitnessclub. 49% der Personen trainieren 2-5 Stunden im Fitnessstudio.

Diese Ergebnisse sind als sehr positiv zu sehn, da den Menschen das Sporttreiben in der Freizeit immer wichtiger zu werden scheint.

Bässler (1988, S.4) führt dazu folgendes aus:

„Ein neues Körpergefühl ist in der Bevölkerung diagnostizierbar, viele Menschen erkennen, daß sie für ihren Körper, ihr Wohlbefinden etwas tun müssen.“

Abschließend kann man sagen, dass beim Sporttreiben im Fitnessstudio eine Vielzahl von Motiven eine bedeutende Rolle spielt. Aufgrund der unterschiedlichen Bedürfnisse, die sich im Laufe des Lebens eines jeden Menschen entwickeln, entstehen auch verschiedenste Beweggründe für den Besuch eines Fitnessclubs.

Schlussendlich lässt sich noch einmal festhalten, dass Fitnessstudios Orte sind, die durch ihre Vielfalt an Angeboten hervorstechen und damit eine große Anzahl an Personen ansprechen. In Fitnessclubs trainieren unterschiedliche Personen mit verschiedenen Wünschen, Zielen, Bedürfnissen und Beweggründen.

## 11 Literaturverzeichnis

- Abele, A. & Becker, P. (1991). *Wohlbefinden*. Weinheim; München: Juventa.
- Abele, A., Brehm, W. & Gall, T. (1991). Sportliche Aktivität und Wohlbefinden. In: A. Abele & P. Becker (Hrsg.), *Wohlbefinden*. (S.279-296). Weinheim; München: Juventa.
- Bässler, R. (1986). *Einführung in die empirische (Sozial-) Forschung für Sportwissenschaftler* (2., neu bearbeitete Aufl.). Wien: Hochschülerschaft a.d. Univ. Wien.
- Bässler, R. (1988). *Fitness- Studios in Wien. Ein Situationsbericht der Wiener Fitness- Szene*. Wien: Universitätsverlag.
- Bässler, R. (1989). *Freizeit und Sport in Österreich*. Wien: Universitätsverlag.
- Bierhoff- Alfermann, D. (1976). *Soziale Einflüsse im Sport*. Darmstadt: Steinkopff.
- Brehm, W. & Eberhardt, J. (1995). *Dropout und Bindung im Fitness-Studio*. In: Sportwissenschaft 25, S.174-186.
- Burmann, U. (2006). Geschlechtsbezogene Partizipation im Freizeit- und Breitensport. In: I. Hartmann-Tews & B. Rulofs (Hrsg.), *Handbuch Sport und Geschlecht* (S.175-188). Schorndorf: Hofmann.
- Bühl, A. & Zöfel, P. (2002). *SPSS Version 11. Einführung in die moderne Datenanalyse unter Windows* (8., neu bearbeitete Aufl.). München: Addison-Wesley.
- Dietrich, K., Heinemann, K. & Schubert, M. (1990). *Kommerzielle Sportanbieter*. Schorndorf: Hofmann.
- Dreesmann, J. (2007). *Fitness im Lebenszusammenhang von Frauen*. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller.
- Eichberg, S. (2003). *Sportaktivität, Fitness und Gesundheit im Lebenslauf. Grundlagen für Prävention und Gesundheitsförderung aus Sicht der Sportwissenschaft*. Hamburg: Dr. Kovac.
- Enders, E. (2007). *Motivationale und selbstkonzeptbezogene Aspekte im Fitness- Sport*. Hamburg: Dr. Kovac.
- Erdmann, R. (1983). *Motive und Einstellungen im Sport*. Schorndorf: Hofmann.
- Gabler, H. (2002). *Motive im Sport. Motivationspsychologische Analysen und empirische Studien*. Schorndorf: Hofmann.
- Gerhardt, V. & Wirkus, B. (1995). *Sport und Ästhetik*. Sankt Augustin: Academia.
- Guggenberger, B. (1995). *Einfach schön. Schönheit als soziale Macht*. Hamburg: Rotbuch.
- Hartmann-Tews, I. & Rulofs, B. (2006). *Handbuch Sport und Geschlecht*. Schorndorf: Hofmann.
- Hartmann-Tews, I., Gieß-Stüber, P., Klein, M.-L., Kleindienst-Cachay, Ch., Petry, K. (2003). *Soziale Konstruktion von Geschlecht im Sport*. Opladen: Leske + Budrich.
- Heckhausen, H. (1989). *Motivation und Handeln*. Berlin: Springer.
- Horn, A. (2007). *Körperkultur*. Schorndorf: Hofmann.
- Höller, J. (1991). *Fitness erfolgreich vermarkten. Das Managementfachbuch für Sportstudios und Fitnessanlagen*. Mannheim: Trend Verl.
- Ilker, H.-G. & Ramme, M. (1990). *Fitness-Studio im Verein*. Hamburg: Czwalina.
- Iro, A. (2009). *Skriptum Quantitative Forschungsmethoden*.
- Klein, M.-L. (2006). Geschlechtsbezogene Vermarktungsstrategien kommerzieller Sportanbieter. In: I. Hartmann-Tews & B. Rulofs (Hrsg.), *Handbuch Sport und Geschlecht* (S.211-218). Schorndorf: Hofmann.
- Klein, M.-L. & Deitersen-Wieber, A. (2003). Prozesse der Geschlechtsdifferenzierung im Marketing-Management von Fitness-Studios. In: I. Hartmann-Tews, P. Gieß-Stüber, M.-L. Klein, Ch. Kleindienst-Cachay & K. Petry (Hrsg.), *Soziale Konstruktion von Geschlecht im Sport* (S.187-222). Opladen: Leske + Budrich.
- Kleine, W. & Fritsch, W. (1990). *Sport und Geselligkeit. Beiträge zu einer Theorie der Geselligkeit im Sport*. Aachen: Meyer & Meyer.

- Kugelman, C. (1996). *Starke Mädchen - Schöne Frauen?. Weiblichkeitszwang und Sport im Alltag*. Butzbach-Griedel: Afra Verlag.
- Mickler, M. & Moser, T. (1988). Warum Fitness- Studios attraktiv sind. Eine motivationspsychologische Analyse. In: N. Schulz & H. Allmer (Hrsg.), *Fitness- Studios. Anspruch und Wirklichkeit*. (S. 204-218). St. Augustin: Academia.
- Mrazek, J. (1988). *Fitness-Studios und Sportvereine als konkurrierende Modelle*. In: Brennpunkt der Sportwissenschaft 2, S.189-203.
- Opaschowski, H. (1987). *Sport in der Freizeit*. Hamburg: BAT.
- Pfeiffer- Karabin, M. (2000). *Sportvereine im Vergleich zu anderen Formen des Freizeitsports. Eine qualitative Analyse aus der Sicht junger Erwachsener*. Zürich: Ges. zur Förderung d. Sportwissenschaft an d. ETH Zürich.
- Posch, W. (1999). *Körper machen Leute. Der Kult um die Schönheit*. Frankfurt/Main: Campus.
- Rampf, J. (1999). *Drop- Out und Bindung im Fitness- Sport. Günstige und ungünstige Bedingungen für Aktivitäten im Fitness- Studio*. Hamburg: Czwalina.
- Röthig, P. (2003). *Sportwissenschaftliches Lexikon. 7.;* völlig neu bearbeitete Auflage. Schorndorf: Hofmann.
- Schlicht, W. & Brand, R. (2007). *Körperliche Aktivität, Sport und Gesundheit*. Weinheim; München: Juventa.
- Schnabel, G. & Thieß, G. (1993). *Lexikon Sportwissenschaft*. Berlin: Sportverlag.
- Schulz, N. & Allmer, H. (1988). *Fitness-Studios. Anspruch und Wirklichkeit*. St. Augustin: Academia.
- Sobiech, G. (2007). „Kultur(en) in Bewegung“ – Körperpraktiken und Geschlecht im Feld des Sports. In: A. Horn (Hrsg.), *Körperkultur* (S.277-300). Schorndorf: Hofmann.
- Tiemann, M. (1997). *Fitnessstraining als Gesundheitstraining*. Schorndorf: Hofmann.
- Tofahrn, K. W. (1998). *Alter, Freizeit, Sport*. Frankfurt am Main: Lang.
- Weiss, O. (1990). *Sport und Gesellschaft. Eine sozialpsychologische Perspektive*. Wien: Österreichischer Bundesverlag.
- Weiss, O. (1997). *Sport, Gesundheit, Gesundheitskultur*. Wien, Köln, Weimar: Böhlau.
- Winkler, J. (1995). *Soziologie des Sports. Theorieansätze, Forschungsergebnisse und Forschungsperspektiven*. Opladen: Westdt.Verlag.
- Zarotis, G.F. (1999). *Ziel Fitness- Club: Motive im Fitness- Sport. Gesundheit? Aussehen? Ausgleich? Spaß?*. Aachen: Meyer & Meyer.

Zugriff am 3.11.2009 unter <http://www.fitness-center.at>

Zugriff am 3.11.2009 unter <http://www.fitness-center.at/wissen/index.html>

## 12 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Faktoren und erklärte Varianz - Motivation .....	57
Tabelle 2: Faktoren- und Reliabilitätsanalyse Attraktivität/ Aussehen.....	58
Tabelle 3: Faktoren- und Reliabilitätsanalyse Fitness/ Gesundheit .....	59
Tabelle 4: Faktoren- und Reliabilitätsanalyse sozialer Aspekt.....	59
Tabelle 5: Faktorenanalyse medizinischer Aspekt .....	60
Tabelle 6: Durchschnittsalter Männer und Frauen (n=100) .....	62
Tabelle 7: Rangreihe (nach Mittelwert je Bereich) der einzelnen Aspekte und Lebensbereiche nach ihrer Wichtigkeit, getrennt in Frauen und Männer .....	72
Tabelle 8: Mittelwerte und Standardabweichungen der verschiedenen Aussagen zur Motivation .....	90
Tabelle 9: Mittelwerte und Standardabweichungen der verschiedenen Aussagen und Skalen zur Motivation- Vergleich Frauen und Männer.....	93
Tabelle 10: Beweggründe und Motive- Vergleich Frauen und Männer .....	95
Tabelle 11: Mittelwerte und Standardabweichungen der verschiedenen Motivgruppen....	97

## 13 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geschlecht Verteilung(n=100) .....	61
Abbildung 2: Familienstand gesamt (n=100) .....	63
Abbildung 3: Familienstand Vergleich Frauen und Männer (n=100).....	64
Abbildung 4: Schul- bzw. Berufsausbildung gesamt (n=100) .....	65
Abbildung 5: Schul- bzw. Berufsausbildung Vergleich Frauen und Männer (n=100) .....	66
Abbildung 6: Beruf/ Tätigkeitsbereich gesamt (n=100).....	67
Abbildung 7: Beruf/ Tätigkeitsbereich Vergleich Frauen und Männer (n=100).....	68
Abbildung 8: Wichtigkeit einzelner Lebensbereiche (Mittelwerte; n=100) .....	69
Abbildung 9: Wichtigkeit einzelner Lebensbereiche Vergleich Frauen und Männer (Mittelwerte, n=100) .....	70
Abbildung 10: Trainingsjahre gesamt (n=100).....	73
Abbildung 11: Trainingsjahre Vergleich Frauen und Männer (n=100) .....	74
Abbildung 12: zusätzliches Sporttreiben gesamt (n=100).....	74
Abbildung 13: zusätzliches Sporttreiben Vergleich Frauen und Männer (n=100) .....	75
Abbildung 14: Trainingseinheiten/ Woche gesamt (n=100) .....	76
Abbildung 15: Trainingseinheiten/ Woche Vergleich Frauen und Männer (n=100) .....	77
Abbildung 16: Trainingsstunden/ Woche gesamt (n=100) .....	78
Abbildung 17: Trainingsstunden/ Woche Vergleich Frauen und Männer (n=100).....	79
Abbildung 18: Herzkreislauftrainingsbereich (n=100) .....	80
Abbildung 19: Gerätebereich (n=100) .....	82
Abbildung 20: Aerobicsaal (n=100) .....	83
Abbildung 21: Wellnessbereich (n=100).....	84
Abbildung 22: Wichtigkeit Training gesamt (n=100) .....	85
Abbildung 23: Wichtigkeit Training Vergleich Frauen und Männer (n=100) .....	86
Abbildung 24: Soziales Sportverhalten gesamt (n=100).....	87
Abbildung 25: Soziales Sportverhalten Vergleich Frauen und Männer (n=100).....	88
Abbildung 26: Anfahrtsweg zum Fitnessstudio (Mittelwerte, n=100) .....	89
Abbildung 27: Beweggründe und Motive Vergleich Frauen und Männer (Mittelwerte, n=100) .....	92
Abbildung 28: Motive im Vergleich Frauen und Männer (n=100).....	94
Abbildung 29: Motive (n=100) .....	98
Abbildung 30: Soziale Kontakte gesamt (n=100) .....	103
Abbildung 31: Soziale Kontakte im Vergleich Frauen und Männer (n=100).....	104
Abbildung 32: Kontakt außerhalb des Fitnessstudios gesamt (n=100) .....	105
Abbildung 33: Kontakte außerhalb des Fitnessstudios im Vergleich Frauen und Männer (n=100) .....	106

# ANHANG

## Abstract

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit den Beweggründen und Zielsetzungen für das Sporttreiben im Fitnessstudio. Ziel der Arbeit ist es herauszufinden, welche unterschiedlichen Motive Frauen und Männer der Altersgruppe zwischen 30 und 50 Jahren für das Training im Fitnessstudio aufweisen. Weiters soll festgestellt werden, welche Unterschiede es in Bezug auf die Nutzung der verschiedenen Bereiche (Herzkreislauftrainingsbereich, Gerätebereich, Aerobicsaal, Wellnessbereich) des Fitnessstudios zwischen Frauen und Männern gibt.

Nach einer eingehenden theoretischen Auseinandersetzung mit dem Thema widmet sich die Arbeit der empirischen Untersuchung der Forschungsfragen. Der Fragebogen diente als Forschungsinstrument. Die Untersuchung wurde in drei verschiedenen Fitnessclubs in Wien durchgeführt. Befragt wurden Frauen und Männern der Altersgruppe zwischen 30 und 50 Jahren. Insgesamt konnten 100 Fragebögen (50 Frauen, 50 Männer) statistisch erhoben werden.

In der vorliegenden Studie konnten interessante Ergebnisse in Bezug auf die Motivation zum Sporttreiben im Fitnessstudio ermittelt werden. Es zeigte sich, dass sowohl die Frauen als auch die Männer den Motivkomplex „sich gerne bewegen“ als bedeutsam bewerten. Dabei ist interessant, dass die männlichen Fitnessaktiven der Erbringung körperlicher Leistung eine ebenso große Bedeutung zuschreiben. Die Frauen empfinden dieses Motiv als weniger wichtig. Der Aspekt „Fitness/Gesundheit“ wird sowohl von den Frauen, als auch von den Männern als sehr bedeutend eingeschätzt. Dieser Umstand weist darauf hin, dass das Gesundheitsbewusstsein in unserer Gesellschaft weiterhin ansteigt. Beide Geschlechter messen der Skala „Attraktivität/Aussehen“ eine große Bedeutung zu. Anhand dieses Ergebnisses lässt sich erkennen, dass sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern Figur- und Aussehensaspekte beim Sporttreiben eine wichtige Rolle spielen. Weniger wichtig bewerten die Fitnesssportler/innen den sozialen Aspekt. Hier konnte festgestellt werden, dass die weiblichen Sportlerinnen die sozialen Motive etwas wichtiger bewerten als die männlichen Fitnessaktiven.

Unterschiede ergaben sich auch in der Nutzung der verschiedenen Bereiche des Fitnessclubs. Es wurde ermittelt, dass die Frauen den Aerobicsaal und die Männer den Gerätebereich vermehrt nutzen.

## **Abstract**

The present paper addresses the interest motives and purposes of working out at a gym.

The objective of this paper is to find out which different motives men and women aged 30 to 50 have to work out at a gym. The differences of men and women concerning the use of various facilities (Cardio room, Strength training room, Aerobic room, SPA Area) are established as well.

The paper starts with a detailed theoretical survey of the issue, followed by an empiric research. As method of research a questionnaire was used, which was distributed in three Viennese fitness studios. In total the survey included 100 men and women (50 women, 50 men) between 30 and 50 years.

Concerning the motivation of working out at a gym, the present study shows various interesting outcomes. For both, women and men, the motive „I like to move” is significant. For men muscular effort and power is of great relevancy, whereas for women this motive is less important. The aspect „Fitness/Health” is for both, women and men, very meaningful. This demonstrates that health awareness is still a growing issue in our society. „Attractively and appearance“, are essential motives for male and female to exercise.

Social aspects are not very meaningful, neither to women nor to men. However, women perceive social aspects a little more important than men.

Differences were also found regarding the utilisation of various training facilities in a fitness studio. It was determined that the aerobic rooms are mainly used by women, whereas the strength training rooms are a masculine domain.



# Fragebogen Beweggründe zum Sporttreiben im Fitnessstudio

Liebe Sportlerin, lieber Sportler,

Im Rahmen meiner Diplomarbeit am Institut für Sportwissenschaft führe ich eine empirische Untersuchung zum Thema „Beweggründe zum Sporttreiben im Fitnessstudio- ein geschlechtsspezifischer Vergleich der Altersgruppe zwischen 30 und 50 Jahren“ durch. Bitte lesen Sie die Fragen genau durch und kreuzen Sie Zutreffendes an. Ihre Antworten werden natürlich vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben.

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit und weiterhin viel Freude beim Training! ☺

## A. Persönliche Daten:

1. Geschlecht:       weiblich     männlich      2. Alter:      \_\_\_\_\_ Jahre

3. Familienstand:

- ledig
- verheiratet
- in einer Lebensgemeinschaft lebend (Beziehung)
- geschieden/ verwitwet

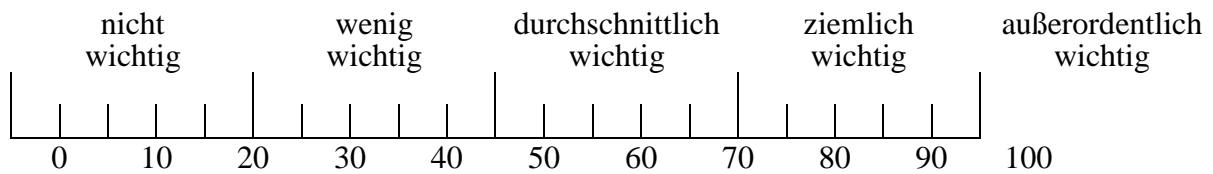
4. Schul- bzw. Berufsausbildung:

- Pflichtschule
- Berufsschule (Lehrabschluss)
- Berufsbildende Schule ohne Matura
- Berufsbildende Schule mit Matura
- AHS Matura
- Universität, Hochschule

5. Welchen Beruf bzw. welche Tätigkeit üben Sie derzeit aus?

- Arbeiter(in)
- Beamte(r/in)
- Angestellte(r)
- Hausfrau(mann)
- Selbstständig tätig
- Freiberuflich tätig
- zurzeit ohne Beschäftigung

6. Bitte bewerten Sie die Wichtigkeit der einzelnen Aspekte / Bereiche in Ihrem Leben mit einer beliebigen Zahl von 0 bis 100. Die folgende Skala soll Ihnen dabei helfen.



- Politik \_\_\_\_\_
- Familie / Verwandtschaft \_\_\_\_\_
- Sport / Fitness \_\_\_\_\_
- Freunde und Bekannte \_\_\_\_\_
- Glaube / Religion / Kirche \_\_\_\_\_
- Beruf \_\_\_\_\_
- ethnische od. nationale Zugehörigkeit \_\_\_\_\_
- Kunst und Musik \_\_\_\_\_

**B. Bewegungsbiographie:**

1. Seit wie vielen Jahren trainieren Sie schon regelmäßig in einem Fitnessstudio?

- kürzer als 1 Jahr
- 1-2 Jahre
- 2-3 Jahre
- 3-4 Jahre
- 4-5 Jahre
- länger als 5 Jahre

2. Betreiben Sie zusätzlich zum Sport im Fitnessstudio auch noch andere Sportarten? Wenn ja, welche?

ja

---



---



---



---



---

nein

### C. Nutzung des Fitnessstudios:

#### 1. Wie oft pro Woche trainieren Sie im Fitnessstudio? (Trainingseinheiten/ Woche)

- 1 mal
- 2-3 mal
- 3-4 mal
- 4-5 mal
- häufiger als 5mal

#### 2. Wie viele Stunden pro Woche trainieren Sie im Fitnessstudio?

- weniger als 2 Stunden
- 2-5 Stunden
- 6-9 Stunden
- mehr als 10 Stunden

#### 3. Welche Bereiche nützen Sie im Fitnessstudio?

	häufig	gelegentlich	nie
<i>HerzKreislauftrainingsbereich</i> (Laufband, Rad, Crosstrainer,..)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Gerätebereich</i> (Maschinen mit Gewichten, freie Gewichte,..)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Aerobicsaal</i> (Bauch- Bein- Po, Step, Aerobic,..)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Wellnessbereich</i> (Sauna, Solarium,..)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 4. Wie wichtig ist Ihnen das Training im Fitnessstudio?

- sehr wichtig
- wichtig
- mittelmäßig wichtig
- wenig wichtig
- nicht wichtig

#### 5. Betreiben Sie den Sport im Fitnessstudio hauptsächlich...

- alleine
- gemeinsam mit einem (Trainings-) Partner
- in der Gruppe
- verschieden

#### 6. Wie lange dauert Ihr Anfahrtsweg zum Fitnessstudio?

\_\_\_\_\_ Minuten

#### D. Beweggründe und Zielsetzungen für das Training:

Bitte kreuzen Sie an, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen bzw. sie ablehnen.

	stimme stark zu	stimme zu	neutral / weiß nicht	lehne ab	lehne stark ab
1. Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich mich gerne bewege.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Ich trainiere im Fitnessstudio, um mich zu entspannen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Ich trainiere im Fitnessstudio, um körperlich fit zu sein.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Ich trainiere im Fitnessstudio, weil meine Freunde auch im Club trainieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Ich trainiere im Fitnessstudio, um attraktiv auszusehen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich dabei neue Leute kennen lerne.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich gerne gemeinsam in der Gruppe trainiere.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich körperliche Leistung erbringen möchte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. Ich trainiere im Fitnessstudio, um gesund zu bleiben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10. Ich trainiere im Fitnessstudio, um einen schönen Körper zu bekommen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11. Ich trainiere im Fitnessstudio, weil ich mich austoben und „auspowern“ möchte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
12. Ich trainiere im Fitnessstudio, um einen Ausgleich zu meinem alltäglichen Leben zu finden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
13. Ich trainiere im Fitnessstudio, um Muskeln aufzubauen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
14. Ich trainiere im Fitnessstudio, um einen schlanken Körper zu bekommen, und damit besser auszusehen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
15. Ich trainiere im Fitnessstudio aufgrund einer medizinischen Empfehlung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**E. Soziale Kontakte:**

1. Haben Sie durch das Sporttreiben im Fitnessstudio neue Menschen kennen gelernt?

- ja
- nein

2. Wenn ja, haben Sie auch außerhalb des Fitnessstudios Kontakt zu diesen Personen?

- oft
- gelegentlich
- nie

**Danke für Ihre Mitarbeit!**

## Faktorenanalyse

**Rotierte Komponentenmatrix(a)**

	Komponente			
	1	2	3	4
schlankkör um einen schlanken Körper zu bekommen, und damit besser auszusehen	,921	,077	,113	,103
attraktiv um attraktiv auszusehen	,918	,029	,064	-,076
schönkörp um einen schönen Körper zu bekommen	,912	,102	-,023	-,097
gesundblei um gesund zu bleiben	-,023	,727	-,123	,288
Ausgleich um einen Ausgleich zu meinem alltäglichen Leben zu finden	,152	,712	,137	,007
entspannen um mich zu entspannen	-,114	,674	,204	-,197
körperlichfit um körperlich fit zu sein	,341	,633	-,221	-,150
gemeingrup weil ich gerne gemeinsam in der Gruppe trainiere	-,073	,063	,869	-,112
Freunde weil meine Freunde auch im Club trainieren	,227	,005	,866	,156
medizempf aufgrund einer medizinischen Empfehlung	-,061	-,022	,031	,957

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

Rotationsmethode: Varimax mit Kaiser-Normalisierung.

a Die Rotation ist in 4 Iterationen konvergiert.

### KMO- und Bartlett-Test

Maß der Stichprobeneignung nach Kaiser-Meyer-Olkin.		,632
Bartlett-Test auf Sphärizität	Ungefähres Chi-Quadrat	366,149
	df	45
	Signifikanz nach Bartlett	,000

### Kommunalitäten

	Anfänglich	Extraktion
entspannen um mich zu entspannen	1,000	,548
körperlichfit um körperlich fit zu sein	1,000	,588
Freunde weil meine Freunde auch im Club trainieren	1,000	,825
attraktiv um attraktiv auszusehen	1,000	,853
gemeingrup weil ich gerne gemeinsam in der Gruppe trainiere	1,000	,777
gesundblei um gesund zu bleiben	1,000	,627
schönkörp um einen schönen Körper zu bekommen	1,000	,853
Ausgleich um einen Ausgleich zu meinem alltäglichen Leben zu finden	1,000	,549
schlankkör um einen schlanken Körper zu bekommen, und damit besser auszusehen	1,000	,878
medizempf aufgrund einer medizinischen Empfehlung	1,000	,922

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

### Erklärte Gesamtvarianz

Komponente	Anfängliche Eigenwerte			Summen von quadrierten Faktorladungen für Extraktion		
	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %	Gesamt	% der Varianz	Kumulierte %
1	2,953	29,527	29,527	2,953	29,527	29,527
2	1,738	17,383	46,910	1,738	17,383	46,910
3	1,618	16,176	63,086	1,618	16,176	63,086
4	1,111	11,110	74,196	1,111	11,110	74,196
5	,857	8,571	82,767			
6	,568	5,683	88,450			
7	,480	4,795	93,245			
8	,312	3,121	96,366			
9	,223	2,230	98,597			
10	,140	1,403	100,000			

Extraktionsmethode: Hauptkomponentenanalyse.

## Reliabilitätsanalyse

### Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,918	3

### Item-Skala-Statistiken

	Skalenmittelwert, wenn Item weggelassen	Skalenvarianz, wenn Item weggelassen	Korrigierte Item-Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item weggelassen
attraktiv um attraktiv auszusehen	4,4900	3,606	,824	,891
schönkörper um einen schönen Körper zu bekommen	4,6300	3,852	,820	,893
schlankkörper um einen schlanken Körper zu bekommen, und damit besser auszusehen	4,4800	3,787	,860	,861

### Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,610	4

### Item-Skala-Statistiken

	Skalenmittelwert, wenn Item weggelassen	Skalenvarianz, wenn Item weggelassen	Korrigierte Item-Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item weggelassen
gesundbleiben um gesund zu bleiben	5,9800	4,303	,396	,560
Ausgleich um einen Ausgleich zu meinem alltäglichen Leben zu finden	5,4700	3,060	,479	,466
entspannen um mich zu entspannen	5,0200	2,767	,400	,564
körperlichfit um körperlich fit zu sein	5,9700	4,070	,375	,559



### Reliabilitätsstatistiken

Cronbachs Alpha	Anzahl der Items
,739	2

### Item-Skala-Statistiken

	Skalenmittelwert, wenn Item weggelassen	Skalenvarianz, wenn Item weggelassen	Korrigierte Item-Skala-Korrelation	Cronbachs Alpha, wenn Item weggelassen
gemeingrup weil ich gerne gemeinsam in der Gruppe trainiere	3,2700	1,532	,586	.(a)
Freunde weil meine Freunde auch im Club trainieren	3,2500	1,442	,586	.(a)

a Der Wert ist negativ aufgrund einer negativen mittleren Kovarianz zwischen den Items. Dies verstößt gegen die Annahmen über die Zuverlässigkeit des Modells. Sie sollten die Item-Kodierungen überprüfen.

### Deskriptive Statistiken

#### Geschlecht

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig weiblich	50	50,0	50,0	50,0
männlich	50	50,0	50,0	100,0
Gesamt	100	100,0	100,0	

#### Statistiken

Alter

N	Gültig	100
	Fehlend	0
Mittelwert		40,3100

#### Statistiken

Alter

weiblich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		41,9800
männlich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		38,6400

### Familienstand

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ledig	24	24,0	24,0	24,0
	verheiratet	43	43,0	43,0	67,0
	in einer Lebensgemeinschaft lebend	19	19,0	19,0	86,0
	geschieden/verwitwet	14	14,0	14,0	100,0
	Gesamt	100	100,0	100,0	

### Familienstand

Geschlecht			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
weiblich	Gültig	ledig	6	12,0	12,0	12,0
		verheiratet	26	52,0	52,0	64,0
		in einer Lebensgemeinschaft lebend	8	16,0	16,0	80,0
		geschieden/verwitwet	10	20,0	20,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	
männlich	Gültig	ledig	18	36,0	36,0	36,0
		verheiratet	17	34,0	34,0	70,0
		in einer Lebensgemeinschaft lebend	11	22,0	22,0	92,0
		geschieden/verwitwet	4	8,0	8,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	

### Schul-bez.Berufsausbildung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Pflichtschule	4	4,0	4,0	4,0
	Berufsschule	24	24,0	24,0	28,0
	Berufsbildende Schule ohne Matura	14	14,0	14,0	42,0
	Berufsbildende Schule mit Matura	12	12,0	12,0	54,0
	AHS Matura	14	14,0	14,0	68,0
	Universität, Hochschule	32	32,0	32,0	100,0
	Gesamt	100	100,0	100,0	

### Schul-bez.Berufsausbildung

Geschlecht			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
weiblich	Gültig	Pflichtschule	2	4,0	4,0	4,0
		Berufsschule	9	18,0	18,0	22,0
		Berufsbildende Schule ohne Matura	8	16,0	16,0	38,0
		Berufsbildende Schule mit Matura	5	10,0	10,0	48,0
		AHS Matura	10	20,0	20,0	68,0
		Universität, Hochschule	16	32,0	32,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	
männlich	Gültig	Pflichtschule	2	4,0	4,0	4,0
		Berufsschule	15	30,0	30,0	34,0
		Berufsbildende Schule ohne Matura	6	12,0	12,0	46,0
		Berufsbildende Schule mit Matura	7	14,0	14,0	60,0
		AHS Matura	4	8,0	8,0	68,0
		Universität, Hochschule	16	32,0	32,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	

### Welchen Beruf bzw. welche Tätigkeit üben Sie derzeit aus?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Arbeiter(in)	8	8,0	8,0	8,0
	Beamte(r/in)	21	21,0	21,0	29,0
	Angestellte(r)	44	44,0	44,0	73,0
	Hausfrau(mann)	9	9,0	9,0	82,0
	selbstständig tätig	16	16,0	16,0	98,0
	freiberuflich tätig	1	1,0	1,0	99,0
	zurzeit ohne Beschäftigung	1	1,0	1,0	100,0
	Gesamt	100	100,0	100,0	

**Welchen Beruf bzw. welche Tätigkeit üben Sie derzeit aus?**

Geschlecht			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
weiblich	Gültig	Arbeiter(in)	2	4,0	4,0	4,0
		Beamt(er/in)	10	20,0	20,0	24,0
		Angestellte(r)	24	48,0	48,0	72,0
		Hausfrau(mann)	8	16,0	16,0	88,0
		selbstständig tätig	5	10,0	10,0	98,0
		zurzeit ohne Beschäftigung	1	2,0	2,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	
männlich	Gültig	Arbeiter(in)	6	12,0	12,0	12,0
		Beamt(er/in)	11	22,0	22,0	34,0
		Angestellte(r)	20	40,0	40,0	74,0
		Hausfrau(mann)	1	2,0	2,0	76,0
		selbstständig tätig	11	22,0	22,0	98,0
		freiberuflich tätig	1	2,0	2,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	

**Statistiken**

Wichtigkeit Politik

N	Gültig	100
	Fehlend	0
Mittelwert		54,9500
Standardabweichung		23,42509
Minimum		,00
Maximum		100,00

**Statistiken**

Wichtigkeit Politik

weiblich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		53,7000
	Standardabweichung		21,01530
	Minimum		20,00
männlich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		56,2000
	Standardabweichung		25,76503
	Minimum		,00
Maximum		100,00	

### Statistiken

Wichtigkeit Familie/Verwandschaft

N	Gültig	100
	Fehlend	0
Mittelwert		88,2700
Standardabweichung		19,56231
Minimum		,00
Maximum		100,00

### Statistiken

Wichtigkeit Familie/Verwandschaft

weiblich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		91,4400
	Standardabweichung		9,90395
	Minimum		70,00
	Maximum		100,00
männlich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		85,1000
	Standardabweichung		25,58479
	Minimum		,00
	Maximum		100,00

### Statistiken

Wichtigkeit Sport/Fitness

N	Gültig	100
	Fehlend	0
Mittelwert		72,7900
Standardabweichung		17,98220
Minimum		30,00
Maximum		100,00

### Statistiken

Wichtigkeit Sport/Fitness

weiblich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		71,6000
	Standardabweichung		18,99087
	Minimum		30,00
	Maximum		100,00
männlich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		73,9800
	Standardabweichung		17,02278
	Minimum		30,00
	Maximum		100,00

### Statistiken

Wichtigkeit Freunde/Bekannte

N	Gültig	100
	Fehlend	0
Mittelwert		78,9800
Standardabweichung		15,68953
Minimum		30,00
Maximum		100,00

### Statistiken

Wichtigkeit Freunde/Bekannte

weiblich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		80,1000
	Standardabweichung		13,03410
	Minimum		50,00
männlich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		77,8600
	Standardabweichung		18,02494
	Minimum		30,00
	Maximum		100,00

### Statistiken

Wichtigkeit Glaube/Religion/Kirche

N	Gültig	100
	Fehlend	0
Mittelwert		28,5500
Standardabweichung		26,62207
Minimum		,00
Maximum		100,00

### Statistiken

Wichtigkeit Glaube/Religion/Kirche

weiblich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		31,3000
	Standardabweichung		24,04948
	Minimum		,00
männlich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		25,8000
	Standardabweichung		28,95034
	Minimum		,00
	Maximum		100,00

### Statistiken

Wichtigkeit Beruf

N	Gültig	100
	Fehlend	0
Mittelwert		68,7400
Standardabweichung		24,68289
Minimum		,00
Maximum		100,00

### Statistiken

Wichtigkeit Beruf

weiblich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		64,2800
	Standardabweichung		24,66100
	Minimum		,00
männlich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		73,2000
	Standardabweichung		24,12806
	Minimum		,00
	Maximum		100,00

### Statistiken

Wichtigkeit ethnische und nationale Zugehörigkeit

N	Gültig	100
	Fehlend	0
Mittelwert		29,0600
Standardabweichung		29,96086
Minimum		,00
Maximum		100,00

### Statistiken

Wichtigkeit ethnische und nationale Zugehörigkeit

weiblich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		24,2000
	Standardabweichung		22,95426
	Minimum		,00
männlich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		33,9200
	Standardabweichung		35,19267
	Minimum		,00
	Maximum		100,00

### Statistiken

Wichtigkeit Kunst und Musik

N	Gültig	100
	Fehlend	0
Mittelwert		49,2500
Standardabweichung		23,62774
Minimum		,00
Maximum		100,00

### Statistiken

Wichtigkeit Kunst und Musik

weiblich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		48,6000
	Standardabweichung		20,07740
	Minimum		10,00
männlich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		49,9000
	Standardabweichung		26,90668
	Minimum		,00
	Maximum		100,00

### Statistiken

Seit wie vielen Jahren trainieren Sie schon regelmäßig in einem Fitnessstudio?

N	Gültig	100
	Fehlend	0
Median		6,0000

Seit wie vielen Jahren trainieren Sie schon regelmäßig in einem Fitnessstudio?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	kürzer als 1 Jahr	15	15,0	15,0	15,0
	1-2 Jahre	10	10,0	10,0	25,0
	2-3 Jahre	11	11,0	11,0	36,0
	3-4 Jahre	6	6,0	6,0	42,0
	4-5 Jahre	6	6,0	6,0	48,0
	länger als 5 Jahre	52	52,0	52,0	100,0
Gesamt		100	100,0	100,0	



### Statistiken

Seit wie vielen Jahren trainieren Sie schon regelmäßig in einem Fitnessstudio?

weiblich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Median		5,5000
	Standardabweichung		1,97370
	Minimum		1,00
	Maximum		6,00
männlich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Median		6,0000
	Standardabweichung		2,00774
	Minimum		1,00
	Maximum		6,00

Seit wie vielen Jahren trainieren Sie schon regelmäßig in einem Fitnessstudio?

Geschlecht			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
weiblich	Gültig	kürzer als 1 Jahr	7	14,0	14,0	14,0
		1-2 Jahre	6	12,0	12,0	26,0
		2-3 Jahre	5	10,0	10,0	36,0
		3-4 Jahre	3	6,0	6,0	42,0
		4-5 Jahre	4	8,0	8,0	50,0
		länger als 5 Jahre	25	50,0	50,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	
männlich	Gültig	kürzer als 1 Jahr	8	16,0	16,0	16,0
		1-2 Jahre	4	8,0	8,0	24,0
		2-3 Jahre	6	12,0	12,0	36,0
		3-4 Jahre	3	6,0	6,0	42,0
		4-5 Jahre	2	4,0	4,0	46,0
		länger als 5 Jahre	27	54,0	54,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	

Betreiben Sie zusätzlich zum Sport im Fitnessstudio noch andere Sportarten?

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	71	71,0	71,0	71,0
	nein	29	29,0	29,0	100,0
	Gesamt	100	100,0	100,0	

**Betreiben Sie zusätzlich zum Sport im Fitnessstudio noch andere Sportarten?**

Geschlecht			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
weiblich	Gültig	ja	34	68,0	68,0	68,0
		nein	16	32,0	32,0	100,0
	Gesamt	50	100,0	100,0		
männlich	Gültig	ja	37	74,0	74,0	74,0
		nein	13	26,0	26,0	100,0
	Gesamt	50	100,0	100,0		

**Statistiken**

Trainingseinheiten/Woche

N	Gültig	100
	Fehlend	0
Median		2,0000

**Trainingseinheiten/Woche**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	1 mal	22	22,0	22,0	22,0
	2-3 mal	47	47,0	47,0	69,0
	3-4 mal	21	21,0	21,0	90,0
	4-5 mal	7	7,0	7,0	97,0
	häufiger als 5 mal	3	3,0	3,0	100,0
	Gesamt	100	100,0	100,0	

**Statistiken**

Trainingseinheiten/Woche

weiblich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Median		2,0000
männlich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Median		2,0000

### Trainingseinheiten/Woche

Geschlecht			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
weiblich	Gültig	1 mal	15	30,0	30,0	30,0
		2-3 mal	23	46,0	46,0	76,0
		3-4 mal	4	8,0	8,0	84,0
		4-5 mal	5	10,0	10,0	94,0
		häufiger als 5 mal	3	6,0	6,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	
männlich	Gültig	1 mal	7	14,0	14,0	14,0
		2-3 mal	24	48,0	48,0	62,0
		3-4 mal	17	34,0	34,0	96,0
		4-5 mal	2	4,0	4,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	

### Statistiken

Trainingsstunden/Woche

N	Gültig	100
	Fehlend	0
Median		2,0000

### Trainingsstunden/Woche

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	weniger als 2 Stunden	28	28,0	28,0	28,0
	2-5 Stunden	49	49,0	49,0	77,0
	6-9 Stunden	19	19,0	19,0	96,0
	mehr als 10 Stunden	4	4,0	4,0	100,0
	Gesamt	100	100,0	100,0	

### Statistiken

Trainingsstunden/Woche

weiblich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Median		2,0000
männlich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Median		2,0000

### Trainingsstunden/Woche

Geschlecht			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
weiblich	Gültig	weniger als 2 Stunden	17	34,0	34,0	34,0
		2-5 Stunden	23	46,0	46,0	80,0
		6-9 Stunden	8	16,0	16,0	96,0
		mehr als 10 Stunden	2	4,0	4,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	
männlich	Gültig	weniger als 2 Stunden	11	22,0	22,0	22,0
		2-5 Stunden	26	52,0	52,0	74,0
		6-9 Stunden	11	22,0	22,0	96,0
		mehr als 10 Stunden	2	4,0	4,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	

### HerzKreislauftrainingsbereich

Geschlecht			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
weiblich	Gültig	häufig	16	32,0	32,0	32,0
		gelegentlich	23	46,0	46,0	78,0
		nie	11	22,0	22,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	
männlich	Gültig	häufig	25	50,0	50,0	50,0
		gelegentlich	22	44,0	44,0	94,0
		nie	3	6,0	6,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	

### Gerätebereich

Geschlecht			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
weiblich	Gültig	häufig	8	16,0	16,0	16,0
		gelegentlich	21	42,0	42,0	58,0
		nie	21	42,0	42,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	
männlich	Gültig	häufig	41	82,0	82,0	82,0
		gelegentlich	7	14,0	14,0	96,0
		nie	2	4,0	4,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	

### Aerobicsaal

Geschlecht			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
weiblich	Gültig	häufig	34	68,0	68,0	68,0
		gelegentlich	12	24,0	24,0	92,0
		nie	4	8,0	8,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	
männlich	Gültig	häufig	5	10,0	10,0	10,0
		gelegentlich	10	20,0	20,0	30,0
		nie	35	70,0	70,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	

### Wellnessbereich

Geschlecht			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
weiblich	Gültig	häufig	9	18,0	18,0	18,0
		gelegentlich	16	32,0	32,0	50,0
		nie	25	50,0	50,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	
männlich	Gültig	häufig	12	24,0	24,0	24,0
		gelegentlich	23	46,0	46,0	70,0
		nie	15	30,0	30,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	

### Statistiken

Geschlecht			Herzkreisla uftrainingsb ereich	Gerätebereich	Aerobicsaal	Wellnessb ereich
weiblich	N	Gültig	50	50	50	50
		Fehlend	0	0	0	0
	Median		2,0000	2,0000	1,0000	2,5000
männlich	N	Gültig	50	50	50	50
		Fehlend	0	0	0	0
	Median		1,5000	1,0000	3,0000	2,0000

### Wichtigkeit Training

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	sehr wichtig	33	33,0	33,0	33,0
	wichtig	45	45,0	45,0	78,0
	mittelmäßig wichtig	21	21,0	21,0	99,0
	wenig wichtig	1	1,0	1,0	100,0
	Gesamt	100	100,0	100,0	

### Wichtigkeit Training

Geschlecht			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
weiblich	Gültig	sehr wichtig	15	30,0	30,0	30,0
		wichtig	22	44,0	44,0	74,0
		mittelmäßig wichtig	12	24,0	24,0	98,0
		wenig wichtig	1	2,0	2,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	
männlich	Gültig	sehr wichtig	18	36,0	36,0	36,0
		wichtig	23	46,0	46,0	82,0
		mittelmäßig wichtig	9	18,0	18,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	

### Betreiben Sie den Sport im Fitnessstudio hauptsächlich...

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	alleine	36	36,0	36,0	36,0
	gemeinsam mit einem (Trainings-) Partner	16	16,0	16,0	52,0
	in der Gruppe	22	22,0	22,0	74,0
	verschieden	26	26,0	26,0	100,0
	Gesamt	100	100,0	100,0	

### Betreiben Sie den Sport im Fitnessstudio hauptsächlich...

Geschlecht			Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
weiblich	Gültig	alleine	12	24,0	24,0	24,0
		gemeinsam mit einem (Trainings-) Partner	4	8,0	8,0	32,0
		in der Gruppe	20	40,0	40,0	72,0
		verschieden	14	28,0	28,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	
männlich	Gültig	alleine	24	48,0	48,0	48,0
		gemeinsam mit einem (Trainings-) Partner	12	24,0	24,0	72,0
		in der Gruppe	2	4,0	4,0	76,0
		verschieden	12	24,0	24,0	100,0
		Gesamt	50	100,0	100,0	

### Statistiken

Wie lange dauert ihr Anfahrtsweg zum Fitnessstudio?

N	Gültig	100
	Fehlend	0
Mittelwert		16,2900
Standardabweichung		10,67357
Minimum		1,00
Maximum		60,00

### Statistiken

Wie lange dauert ihr Anfahrtsweg zum Fitnessstudio?

weiblich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		17,3800
	Standardabweichung		11,35672
	Minimum		3,00
männlich	N	Gültig	50
		Fehlend	0
	Mittelwert		15,2000
	Standardabweichung		9,93859
	Minimum		1,00
	Maximum		40,00

### Statistiken

		skalatrak	skalafit	skalasoz	aufgrund einer medizinischen Empfehlung
N	Gültig	100	100	100	100
	Fehlend	0	0	0	0
Mittelwert		2,2667	1,8700	3,2600	3,5700
Standardabweichung		,94874	,59084	1,08591	1,27331

### Statistiken

Geschlecht			skalatrak	skalafit	skalasoz	aufgrund einer medizinischen Empfehlung
weiblich	N	Gültig	50	50	50	50
		Fehlend	0	0	0	0
	Mittelwert		2,2133	1,8750	2,8600	3,4200
	Standardabweichung		,93012	,60240	1,08346	1,23040
männlich	N	Gültig	50	50	50	50
		Fehlend	0	0	0	0
	Mittelwert		2,3200	1,8650	3,6600	3,7200
	Standardabweichung		,97348	,58513	,93917	1,30993

### Statistiken

Geschlecht			weil ich mich gerne bewege	um mich zu entspannen	um körperlich fit zu sein
weiblich	N	Gültig	50	50	50
		Fehlend	0	0	0
	Mittelwert		1,8200	2,4600	1,6000
	Standardabweichung		,82536	1,24884	,80812
männlich	N	Gültig	50	50	50
		Fehlend	0	0	0
	Mittelwert		1,8400	2,4600	1,4200
	Standardabweichung		,79179	1,03431	,53795

### Statistiken

Geschlecht			weil meine Freunde auch im Club trainieren	um attraktiv auszusehen	weil ich dabei neue Leute kennen lerne
weiblich	N	Gültig	50	50	50
		Fehlend	0	0	0
	Mittelwert		2,9400	2,3200	3,6600
	Standardabweichung		1,31568	1,03884	1,08063
männlich	N	Gültig	50	50	50
		Fehlend	0	0	0
	Mittelwert		3,6000	2,3000	3,2400
	Standardabweichung		1,06904	1,11117	1,06061

### Statistiken

Geschlecht			weil ich gerne gemeinsam in der Gruppe trainiere	weil ich körperliche Leistung erbringen möchte	um gesund zu bleiben
weiblich	N	Gültig	50	50	50
		Fehlend	0	0	0
	Mittelwert		2,7800	2,9800	1,4800
	Standardabweichung		1,13011	1,15157	,54361
männlich	N	Gültig	50	50	50
		Fehlend	0	0	0
	Mittelwert		3,7200	1,8400	1,5200
	Standardabweichung		1,08872	,65027	,61412



### Statistiken

Geschlecht			um einen schönen Körper zu bekommen	weil ich mich austoben und auspowern möchte	um einen Ausgleich zu meinem alltäglichen Leben zu finden
weiblich	N	Gültig	50	50	50
		Fehlend	0	0	0
	Mittelwert		2,1800	2,9200	1,9600
	Standardabweichung		1,02400	1,41190	,87970
männlich	N	Gültig	50	50	50
		Fehlend	0	0	0
	Mittelwert		2,1600	2,2400	2,0600
	Standardabweichung		,99714	1,04119	1,03825

### Statistiken

Geschlecht			um Muskeln aufzubauen	um einen schlanken Körper zu bekommen, und damit besser auszusehen	aufgrund einer medizinischen Empfehlung
weiblich	N	Gültig	50	50	50
		Fehlend	0	0	0
	Mittelwert		2,9200	2,1400	3,4200
	Standardabweichung		1,19249	,94782	1,23040
männlich	N	Gültig	50	50	50
		Fehlend	0	0	0
	Mittelwert		2,1600	2,5000	3,7200
	Standardabweichung		,95533	1,01519	1,30993

**Haben Sie durch das Training im Fitnessstudio neue Menschen kennen gelernt?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	ja	76	76,0	76,0	76,0
	nein	24	24,0	24,0	100,0
	Gesamt	100	100,0	100,0	

**Geschlecht \* Haben Sie durch das Training im Fitnessstudio neue Menschen kennen gelernt?**  
Kreuztabelle

			Haben Sie durch das Training im Fitnessstudio neue Menschen kennen gelernt?		Gesamt
			ja	nein	
Geschlecht	weiblich	Anzahl	35	15	50
		% von Geschlecht	70,0%	30,0%	100,0%
	männlich	Anzahl	41	9	50
		% von Geschlecht	82,0%	18,0%	100,0%
Gesamt	Anzahl		76	24	100
	% von Geschlecht		76,0%	24,0%	100,0%

**Haben Sie auch außerhalb des Fitnessstudios Kontakt zu diesen Personen?**

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	oft	7	7,0	7,0	7,0
	gelegentlich	40	40,0	40,0	47,0
	nie	53	53,0	53,0	100,0
	Gesamt	100	100,0	100,0	

**Geschlecht \* Haben Sie auch außerhalb des Fitnessstudios Kontakt zu diesen Personen?** Kreuztabelle

			Haben Sie auch außerhalb des Fitnessstudios Kontakt zu diesen Personen?			Gesamt
			oft	gelegentlich	nie	
Geschlecht	weiblich	Anzahl	4	17	29	50
		% von Geschlecht	8,0%	34,0%	58,0%	100,0%
	männlich	Anzahl	3	23	24	50
		% von Geschlecht	6,0%	46,0%	48,0%	100,0%
Gesamt	Anzahl		7	40	53	100
	% von Geschlecht		7,0%	40,0%	53,0%	100,0%

## Prüfstatistik

### Ränge

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
HerzKreislauftrainingsbereich	weiblich	50	56,73	2836,50
	männlich	50	44,27	2213,50
	Gesamt	100		

### Statistik für Test(a)

	HerzKreislauftrainingsbereich
Mann-Whitney-U	938,500
Wilcoxon-W	2213,500
Z	-2,347
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,019

a Gruppenvariable: Geschlecht

### Ränge

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Gerätebereich	weiblich	50	68,05	3402,50
	männlich	50	32,95	1647,50
	Gesamt	100		

### Statistik für Test(a)

	Gerätebereich
Mann-Whitney-U	372,500
Wilcoxon-W	1647,500
Z	-6,568
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a Gruppenvariable: Geschlecht

### Ränge

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Aerobicsaal	weiblich	50	32,20	1610,00
	männlich	50	68,80	3440,00
	Gesamt	100		

### Statistik für Test(a)

	Aerobicsaal
Mann-Whitney-U	335,000
Wilcoxon-W	1610,000
Z	-6,760
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a Gruppenvariable: Geschlecht

### Ränge

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
Wellnessbereich	weiblich	50	55,35	2767,50
	männlich	50	45,65	2282,50
	Gesamt	100		

### Statistik für Test(a)

	Wellnessbereich
Mann-Whitney-U	1007,500
Wilcoxon-W	2282,500
Z	-1,795
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,073

a Gruppenvariable: Geschlecht

### Tests auf Normalverteilung

Geschlecht		Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk		
		Statistik	df	Signifikanz	Statistik	df	Signifikanz
weiblich	weil ich mich gerne bewege	,240	50	,000	,812	50	,000
männlich	weil ich mich gerne bewege	,300	50	,000	,768	50	,000

a Signifikanzkorrektur nach Lilliefors

### Ränge

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
weil ich mich gerne bewege	weiblich	50	50,02	2501,00
	männlich	50	50,98	2549,00
	Gesamt	100		

### Statistik für Test(a)

	weil ich mich gerne bewege
Mann-Whitney-U	1226,000
Wilcoxon-W	2501,000
Z	-,181
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,857

a Gruppenvariable: Geschlecht

### Tests auf Normalverteilung

Geschlecht		Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk		
		Statistik	df	Signifikanz	Statistik	df	Signifikanz
weiblich	weil ich dabei neue Leute kennen lerne	,229	50	,000	,868	50	,000
männlich	weil ich dabei neue Leute kennen lerne	,203	50	,000	,909	50	,001

a Signifikanzkorrektur nach Lilliefors

### Ränge

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
weil ich dabei neue Leute kennen lerne	weiblich	50	55,43	2771,50
	männlich	50	45,57	2278,50
	Gesamt	100		

### Statistik für Test(a)

	weil ich dabei neue Leute kennen lerne
Mann-Whitney-U	1003,500
Wilcoxon-W	2278,500
Z	-1,765
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,078

a Gruppenvariable: Geschlecht

### Tests auf Normalverteilung

Geschlecht		Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk		
		Statistik	df	Signifikanz	Statistik	df	Signifikanz
weiblich	weil ich körperliche Leistung erbringen möchte	,243	50	,000	,868	50	,000
männlich	weil ich körperliche Leistung erbringen möchte	,297	50	,000	,786	50	,000

a Signifikanzkorrektur nach Lilliefors

### Ränge

	Geschlecht	N	Mittlerer Rang	Rangsumme
weil ich körperliche Leistung erbringen möchte	weiblich	50	64,56	3228,00
	männlich	50	36,44	1822,00
	Gesamt	100		

### Statistik für Test(a)

	weil ich körperliche Leistung erbringen möchte
Mann-Whitney-U	547,000
Wilcoxon-W	1822,000
Z	-5,176
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a Gruppenvariable: Geschlecht

**Tests auf Normalverteilung**

Geschlecht		Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk		
		Statistik	df	Signifikanz	Statistik	df	Signifikanz
weiblich	weil ich mich austoben und auspowern möchte	,243	50	,000	,870	50	,000
männlich	weil ich mich austoben und auspowern möchte	,251	50	,000	,874	50	,000

a Signifikanzkorrektur nach Lilliefors

**Ränge**

Geschlecht		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
weil ich mich austoben und auspowern möchte	weiblich	50	57,10	2855,00
	männlich	50	43,90	2195,00
	Gesamt	100		

**Statistik für Test(a)**

	weil ich mich austoben und auspowern möchte
Mann-Whitney-U	920,000
Wilcoxon-W	2195,000
Z	-2,357
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,018

a Gruppenvariable: Geschlecht

**Tests auf Normalverteilung**

Geschlecht		Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk		
		Statistik	df	Signifikanz	Statistik	df	Signifikanz
weiblich	um Muskeln aufzubauen	,213	50	,000	,881	50	,000
männlich	um Muskeln aufzubauen	,247	50	,000	,868	50	,000

a Signifikanzkorrektur nach Lilliefors

**Ränge**

Geschlecht		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
um Muskeln aufzubauen	weiblich	50	59,48	2974,00
	männlich	50	41,52	2076,00
	Gesamt	100		

**Statistik für Test(a)**

	um Muskeln aufzubauen
Mann-Whitney-U	801,000
Wilcoxon-W	2076,000
Z	-3,232
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,001

a Gruppenvariable: Geschlecht

### Tests auf Normalverteilung

Geschlecht		Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk		
		Statistik	df	Signifikanz	Statistik	df	Signifikanz
weiblich	skalatrak	,151	50	,006	,922	50	,003
männlich	skalatrak	,149	50	,007	,943	50	,018

a Signifikanzkorrektur nach Lilliefors

### Ränge

Geschlecht		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
skalatrak	weiblich	50	49,18	2459,00
	männlich	50	51,82	2591,00
	Gesamt	100		

### Statistik für Test(a)

	skalatrak
Mann-Whitney-U	1184,000
Wilcoxon-W	2459,000
Z	-,461
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,645

a Gruppenvariable: Geschlecht

### Tests auf Normalverteilung

Geschlecht		Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk		
		Statistik	df	Signifikanz	Statistik	df	Signifikanz
weiblich	skalasoz	,129	50	,038	,960	50	,085
männlich	skalasoz	,161	50	,002	,925	50	,003

a Signifikanzkorrektur nach Lilliefors

### Ränge

Geschlecht		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
skalasoz	weiblich	50	40,19	2009,50
	männlich	50	60,81	3040,50
	Gesamt	100		

### Statistik für Test(a)

	skalasoz
Mann-Whitney-U	734,500
Wilcoxon-W	2009,500
Z	-3,592
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,000

a Gruppenvariable: Geschlecht

### Tests auf Normalverteilung

Geschlecht		Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk		
		Statistik	df	Signifikanz	Statistik	df	Signifikanz
weiblich	skalafit	,130	50	,034	,938	50	,012
männlich	skalafit	,102	50	,200(*)	,947	50	,026

\* Dies ist eine untere Grenze der echten Signifikanz.

a Signifikanzkorrektur nach Lilliefors

### Gruppenstatistiken

Geschlecht		N	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes
skalafit	weiblich	50	1,8750	,60240	,08519
	männlich	50	1,8650	,58513	,08275

### Test bei unabhängigen Stichproben

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit		
		F	Signifikanz	T	df	Sig. (2-seitig)
		Untere	Obere	Untere	Obere	Untere
skalafit	Varianzen sind gleich	,140	,709	,084	98	,933
	Varianzen sind nicht gleich			,084	97,917	,933

### Tests auf Normalverteilung

Geschlecht		Kolmogorov-Smirnov(a)			Shapiro-Wilk		
		Statistik	df	Signifikanz	Statistik	df	Signifikanz
weiblich	aufgrund einer medizinischen Empfehlung	,161	50	,002	,899	50	,000
männlich	aufgrund einer medizinischen Empfehlung	,236	50	,000	,841	50	,000

a Signifikanzkorrektur nach Lilliefors

### Ränge

Geschlecht		N	Mittlerer Rang	Rangsumme
aufgrund einer medizinischen Empfehlung	weiblich	50	46,85	2342,50
	männlich	50	54,15	2707,50
	Gesamt	100		

### Statistik für Test(a)

	aufgrund einer medizinischen Empfehlung
Mann-Whitney-U	1067,500
Wilcoxon-W	2342,500
Z	-1,298
Asymptotische Signifikanz (2-seitig)	,194

a Gruppenvariable: Geschlecht



## LEBENS LAUF

<b>Name</b>	Caroline Köckeis
<b>Wohnort</b>	Wien
<b>Geburtsdatum</b>	15.07.1985
<b>Staatsbürgerschaft</b>	Österreich
<b>Familienstand</b>	ledig
<b>Eltern</b>	Vater: Ing. Robert Köckeis, Manager Mutter: Beatrix Köckeis, geb. Mayerhofer, Volksschullehrerin

### Schulbildung

1991 - 1995	Volksschule Mondweg Mondweg 73 - 83, 1140 Wien
1995 - 2003	AHS der Dominikanerinnen Schlossberggasse 17, 1130 Wien
3. Juni 2003	Reifeprüfung mit gutem Erfolg bestanden

### Studium

März 2004 - April 2008	Universität Wien, Bakkalaureatsstudium Sportmanagement
Seit Oktober 2008	Universität Wien, Magisterstudium Sportwissenschaft

### Ausbildungen

SS 2004	1-semesteriger Ausbildungslehrgang zum Aerobic- und Fitnesstrainer, Universitätssportinstitut Wien
SS 2005	2-semesteriger Ausbildungslehrgang zum Gesund- und Vitallehrer, Universitätssportinstitut Wien