

Isabelle Kuhn

Auf Strützbberg 37, 66663 Merzig

isabellekuhn@web.de

Universität Trier

Fachbereich VI - Geographie/Geowissenschaften

Freizeit- und Tourismusgeographie / Prof. Dr. A. Kagermeier

Diplomarbeit

Die Integration eines Fitnessstudios als Diversifizierungsoption für ein Freizeitbad – Eine nachfragerorientierte Analyse am Beispiel DAS BAD in Merzig

Aufbau der Arbeit

- 1. Einleitung**
- 2. Grundlagen**
- 3. Rahmenbedingungen**
- 4. Badewesen**
- 5. Kombination von Schwimmbad und Fitnessstudio**
- 6. DAS BAD**
- 7. Ergebnisse der Befragung**
- 8. Fazit**

Merzig, Dezember 2009

Einleitung und Zielsetzung der Arbeit

In der jüngeren Vergangenheit haben sich in Deutschland Trends herauskristallisiert, die sich mit der Verbesserung der körperlichen und teilweise auch seelischen Verfassung beschäftigen. Dazu gehören der Wellnesstrend, der Gesundheitstrend und der Trend zu Fitness bzw. körperlicher Betätigung, die alle eng miteinander verbunden sind.

Durch Wellness soll jeder Einzelne seinen Körper, seinen Geist und seine Seele durch ein gewisses Maß an Selbstverantwortung in Balance bringen, um das Wohlbefinden zu steigern (vgl. FREYER/NAUMANN 2006, S. 305). Dies soll mithilfe der vier Elemente Entspannung, Fitness, gesunde Ernährung und geistige Aktivität erreicht werden (vgl. LANZ KAUFMANN 2002, S. 22). Dieser Trend findet in den letzten Jahren immer mehr Anhänger. Allerdings wird er sich zukünftig wohl nur durchsetzen können, wenn die Anbieter auf qualitativ hochwertige Angebote achten, damit der Begriff nicht durch unseriöse Angebote und Produkte an Glaubwürdigkeit verliert (vgl. DTV 2003, S. 28f.).

Der Gesundheitstrend äußert sich durch das verstärkte Interesse der Bevölkerung an Präventions- bzw. Vorsorgemaßnahmen, die vorbeugend auf den Gesundheitszustand einwirken und so die Lebensqualität erhöhen sollen (vgl. BODENS 2003, S. 6). Überraschend hierbei ist, dass sich entgegen den Erwartungen nicht nur ältere sondern auch jüngere Menschen dafür interessieren (vgl. HORX 1999, S. 110f.).

Bereits Ende der 60er Jahre entwickelte sich eine moderne Fitnessbewegung, die auf einem sportlichen Lebensstil basierte. Sport sollte nicht mehr nur einen Leistungsvergleich untereinander darstellen, sondern auch gegen Krankheit eingesetzt werden und um den Körper neu zu erleben (vgl. LANZ KAUFMANN 2002, S. 63). Der Fitnesstrend der letzten Jahre äußert sich sowohl durch ein qualitatives als auch quantitatives Wachstum des Fitnessmarktes. Dies lässt sich z. B. an den gestiegenen Mitgliedszahlen der deutschen Fitnessanlagen belegen (vgl. FOCUS MEDIALINE 2005, S. 1f.).

Diese Trends liegen zum Teil im Wertewandel der Gesellschaft und in der Entwicklung der Freizeit, die sich in der Vergangenheit vollzogen haben, begründet. Es hat zum einen ein Wandel weg von der Arbeitsgesellschaft stattgefunden, der den Menschen mehr Zeit zur eigenen Verfügung brachte (vgl. LÜDTKE 2001, S. 15). Zum anderen hat sich in den letzten Jahren eine Entwicklung hin zur Erlebnisgesellschaft gezeigt, in der Spaß und Erleben das Hauptmerkmal sind. Speziell das Körpererleben und die Körperwahrnehmung stehen im Vordergrund (vgl. HEINEMANN 2007, S. 322ff.).

Seit Beginn des Bäderwesens haben sich zahlreiche Entwicklungen vollzogen, die sich vor allem auf die Bedeutung des Badens bezogen haben. Bereits bei den Römern und Griechen standen neben Heilung und Hygiene auch Wohlfühlen und Spaß im Vordergrund. Von

Hippokrates wurde Baden auch in Verbindung mit Gymnastik empfohlen um die Gesundheit zu stärken. Somit hatte die Nutzung der damaligen Bäder eine starke Ähnlichkeit mit heutigen Wellnessanwendungen. Im 15. Jahrhundert wurden Bäder besucht, um sich dem hedonistischen Lebensgenuss hinzugeben. Gegen Ende des 19. Jahrhunderts standen wieder Hygiene und Gesundheit im Vordergrund. In der darauf folgenden Zeit wurden Bäder erstmals zur Körpererertüchtigung und professionellem Schwimmsport genutzt. Erst die Freizeitkultur der letzten 30 bis 40 Jahre änderte die Motive erneut, wodurch die heute weit verbreiteten freizeitorientierten Bäder erst entstehen konnten. Dieser Bädertyp lässt sich je nach Schwerpunkt in Spaßbäder oder in Thermal-Erlebnisbäder unterteilen (vgl. KAGELMANN et. al. 2006, S. 7ff.; MICHEL 2008, S. 14f.). Nicht selten haben sich jedoch auch Hybriden entwickelt, die Erlebnis und Wellness unter einem Dach, meist allerdings räumlich voneinander getrennt, anbieten. Eine neuere Entwicklung stellt die Kombination von Bade- bzw. Schwimmmöglichkeit und einem Fitnessstudio dar. Dies kann sowohl durch ein Fitnessstudio mit einem oder mehreren Schwimmbecken als auch durch ein Schwimmbad mit integriertem Fitnessstudio angeboten werden.

In dieser Diplomarbeit soll durch eine Analyse der Nachfragerseite mittels einer Kundenumfrage festgestellt werden, inwieweit eine solche Integration in dem betrachteten Freizeit- und Gesundheitsbad DAS BAD in Merzig auf ein ausreichendes Nachfragerpotential trifft.

Zentrale Ergebnisse der Befragung

Vor dem Hintergrund der oben beschriebenen Wellness- und Fitnesstrends wurden sowohl der Wellness- als auch der Fitnessmarkt untersucht.

In Bezug auf den Wellnessmarkt sind vor allem die Nachfrager nach Wellnessangeboten und –dienstleistungen von Bedeutung. Es gibt zwei Arten von Wellnessgästen, die aktiven und die passiven. Während die Aktiven durch gesunde Ernährung und Sport versuchen, ihre Gesundheit zu fördern, möchten die Passiven sich eher nur verwöhnen lassen und Wellness- und Beautyangebote in Anspruch nehmen. Mit einem integriertem Fitnessstudio im BAD könnte durchaus besser auf beide Gästetypen eingegangen werden. Die aktiven Wellnessgäste könnten sich dann nicht mehr nur in Form der angebotenen Kurse wie Aqua Vital, sondern auch im Fitnessstudio sportlich betätigen. Die passiven Wellnessgäste können, um zu entspannen und sich verwöhnen zu lassen, nach wie vor die Angebote im Gesundheitsbereich und der Massagepraxis sowie die Saunalandschaft nutzen.

Doch es wurden nicht nur die Nachfrager des Wellnessmarkts untersucht, sondern auch die des Fitnessmarktes. Dabei hat sich herausgestellt, dass die Teilnahme an sportlicher Aktivität von Seiten der älteren Generationen bisher relativ verhalten gewesen ist. In der näheren Zukunft wird diesen Altersgruppen jedoch ein Wachstum vorhergesagt. Die Begründung dafür ist, wie bereits zu Beginn des Fazits erwähnt, das gestiegene Interesse an aktiver Gesundheitsvorsorge und -förderung. Vor dem Hintergrund der steigenden Lebenserwartung wird so körperliche Bewegung zur Voraussetzung für Lebensqualität im Alter. Um die Älteren langsam an Fitnesstraining heranzuführen, eignen sich die Wellness- und Kursangebote im BAD. So kann zunächst an Kursen wie Aqua Vital oder Aqua Jogging teilgenommen werden, um sich an sportliche Aktivitäten zu gewöhnen, bevor andere Arten von Fitnesstraining in Anspruch genommen werden.

Im Zusammenhang mit dem Fitnesstrend wurde zudem der regionale Fitnessmarkt um die Stadt Merzig untersucht, um einen Eindruck von der Konkurrenz des möglichen Fitnessstudios, das in das Angebot des Freizeit- und Gesundheitsbades DAS BAD integriert werden könnte, zu bekommen.

Um einen Überblick zu erhalten, wie die regionale Verteilung von Fitnessstudios in der Stadt Merzig und in ihrem Umkreis aussieht, wurden mithilfe einer Karte die Lage bzw. Anzahl der Fitnessanlagen graphisch dargestellt.

Der regionale Fitnessmarkt in der Region Merzig ist im Vergleich zum nationalen Markt relativ gesättigt. Laut aktuellen Zahlen kommen auf 100.000 Einwohner im bundesdeutschen Durchschnitt 7,1 Fitnessanlagen. In dem betrachteten Umkreis um die Kreisstadt Merzig, wo auf knapp 91.000 Einwohner 14 Fitnessstudios kommen, liegt der Wert mit 15,4 mehr als doppelt so hoch. Allein in der Stadt Merzig sind bereits vier Anlagen vorhanden. Trotz dieser ungünstigen Ausgangssituation sollte überlegt werden, wie ein weiteres Fitnessstudio auf dem Markt platziert werden könnte.

Um sich von dem bestehenden Angebot sowohl in der Stadt als auch im Umkreis von Merzig hervorzuheben, sollte ein einzigartiger Wettbewerbsvorteil, eine so genannte Unique Selling Proposition (USP), vorhanden sein.

Von den Fitnessanlagen in der Stadt Merzig könnte sich das integrierte Studio im BAD aufgrund mehrerer Merkmale abgrenzen.

Das wichtigste Alleinstellungsmerkmal ist das bestehende Schwimmbad mit der Möglichkeit zum sportlichen Bahnen schwimmen oder zum Entspannen in zahlreichen Warm- bzw. Heilwasserbecken sowohl im Freizeit- als auch im Gesundheitsbereich. Keines der in Merzig ansässigen Fitnessstudios hat eine vergleichbare Möglichkeit zum Schwimmen oder Baden. Weiterhin kann sich DAS BAD mit einer ausgedehnten Saunalandschaft, umfangreichen Massage- und Kosmetikanwendungen und weiterer Wellnessinfrastruktur wie unter anderem

einer Salounge, einer Infrarotkabine und einer Aromagrotte zu den ortsansässigen Fitnessanlagen abgrenzen.

Um noch bessere Einblicke in das Nachfragerverhalten zu bekommen, wurde eine Kundenbefragung der Gäste des Freizeit- und Gesundheitsbades DAS BAD durchgeführt. Mithilfe dieser Befragung wurde ermittelt, in welchem Rahmen sich die monatlichen Ausgaben für Fitness bewegen. Hierbei konnte festgestellt werden, dass insgesamt 51% der Befragten bereit sind, bis zu 50 Euro zu investieren. 26% geben mehr als 50 Euro im Monat für Fitness aus. Angesichts dieser Zahlen stellt sich einerseits die Frage, in welches Preissegment das Fitnessstudio einordnen werden sollte und andererseits, ob die Rentabilität gegeben ist. Laut der eben vorgestellten Zahlen ist der Großteil der Befragten eher den Nachfragern von Discountfitnessanbietern zuzuordnen. Anzumerken ist hier, dass in unmittelbarer Nähe zum Freizeit- und Gesundheitsbad DAS BAD jedoch bereits ein solcher Anbieter angesiedelt ist.

Im Zuge der Befragung wurden zuletzt spezifische Fragen zu der Kombination von Fitnesstraining und den Angeboten im BAD im Sinne von Schwimmen, Sauna oder Massagen gestellt. Dabei konnte festgestellt werden, dass sie prinzipiell positiv von den interviewten Personen aufgenommen wurde. So bewerteten insgesamt 71% diese Kombination als sehr ansprechend bzw. ansprechend. Auf die Frage, ob der Befragte sich vorstellen könnte, eine Kombination dieser Art in Anspruch zu nehmen, antworteten 59% mit ja, sicher und weitere 15% mit vielleicht. Damit sind knapp Dreiviertel der Interviewpartner von einer solchen Kombination zugeneigt. Nach der geschlechtsspezifischen Auswertung dieser Frage konnte eine etwas größere Bereitschaft der weiblichen Befragten ausgemacht werden, eine dieser Kombinationen zu nutzen.

Anschließend wurde untersucht, wie sich die Häufigkeit der Besuche des Freizeit- und Gesundheitsbades DAS BAD auf die fragliche Inanspruchnahme auswirkt. Auffallend ist hier, dass sich die Befragten, die DAS BAD lediglich mehrmals im Monat oder sogar nur ab und zu besuchen, in hohem Maße an einer Kombination von Fitnesstraining und Schwimmen, Sauna oder Massagen interessiert zeigen.

Aufgrund dieser Feststellung sollte in Erwägung gezogen werden, nicht ausschließlich traditionelle Mitgliedschaften, die für mehrere Monate gelten, anzubieten. Vielmehr sollten Tageskarten für den Besuch des Fitnessstudios kombiniert mit dem Bereich bzw. Bereichen nach Wahl ausgestellt werden. So wäre die Nutzung des Studios nicht nur Stammgästen vorbehalten, sondern auch Kunden, die relativ unregelmäßig DAS BAD besuchen, ermöglicht.

Des Weiteren wurde ermittelt, welchen Bereich die Befragten nutzen, die angeben, eine solche Kombination sicher in Anspruch zu nehmen. Dabei wird deutlich, dass Nutzer des Freizeitbereichs und der Sauna diesem möglichen Angebot eher zugeneigt sind als Besucher des Gesundheitsbereichs oder Kunden der Massagepraxis. Auch wenn diese Gäste die Hauptzielgruppe des neuen Angebots sein würden, sollte allen Gästen die Möglichkeit gegeben werden, eine Kombination nach ihren Vorstellungen wählen zu können.

Aus diesem Grund erscheint es wichtig, im Falle einer Integration eines Fitnessstudios ins BAD, alle Optionen zur individuellen Nutzung zu bieten. Es sollte allen Gästen, unabhängig davon, welchen Bereich sie nutzen, ermöglicht werden, die Angebote eines Fitnessstudios in Anspruch zu nehmen. Nur so kann eine individuelle Nutzung gewährleistet werden und alle interessierten Gäste angesprochen werden.

Das Ergebnis der Befragung zeigt, dass an einer Kombination von Fitnesstraining mit Schwimmen, Sauna oder Massagen seitens der Mehrheit der Kunden ein ernsthaftes Interesse besteht. Der Großteil der befragten Gäste empfindet eine solche Kombination als ansprechend bis sehr ansprechend. Knapp Dreiviertel der befragten Personen würde dieses Angebot sicher bzw. vielleicht in Anspruch nehmen.

Abschließend kann aufgrund der Analyse der Gäste des Freizeit- und Gesundheitsbades DAS BAD eine grundsätzlich positive Einstellung zu einer Integration eines Fitnessstudios festgestellt werden.