

## **Fitness für Oberberg**

Auf Anregung von Patrick Kielgast (Fitness-Lounge) und Stefan Polzer (Just More) haben sich eine Reihe von Betreibern von Fitness Einrichtungen und einige Personal Trainer getroffen und die Zukunft der Fitness Branche im Umfeld der Corona-Krise diskutiert. Dabei stand die Idee im Mittelpunkt, die Bedeutung von Sporteinrichtungen für die Gesundheit und das Wohlergehen der Bevölkerung hervorzuheben. Schnell wurde der Entschluss gefasst, eine Kampagne zu launchen, die dieser Zielsetzung gerecht wird. Im Interesse einer großen Breitenwirksamkeit der Kampagne sollen sowohl kommerzielle als auch gemeinnützige Betreiber von Sporteinrichtungen eingebunden werden.

### **1. Zielsetzung**

Oberste Zielsetzung ist, die Bedeutung von Sport für die Gesundheit und das Wohlergehen der Bevölkerung hervorzuheben. Anknüpfungspunkt ist die aktuelle Situation in der Corona-Krise, in der viele Menschen keinen Zugang zu Ihren Vereinen, Fitnessstudios oder anderen Sporteinrichtungen haben. Hierbei läßt sich gegenwärtig eine Zweiteilung der Bevölkerung beobachten. Da ist zum einen eine Minderheit von Bürgern und Bürgerinnen, die in hohem Maße sport-affin sind. Ihnen gelingt es, die durch die Krise gewonnen Spielräume (Home-office, Kurzarbeit, reisefreie Zeit) zu nutzen und draussen oder zu Hause ihr Sportprogramm durchzuziehen oder sogar noch zu steigern. Die große Mehrheit jedoch, um ihren angestammten Möglichkeiten oder Routinen beraubt, verfällt in einen oft lethargischen Zustand der Bewegungsarmut und reduziert Sport auf ein gelegentliches 30 minütiges Jogging oder auf ausgedehnte Spaziergänge in unseren Wäldern.

Hier möchten wir nun ansetzen und (1) unseren Sportlern signalisieren, dass es uns, ihren Verein, ihr Fitnessstudio oder ihren Trainer noch gibt, auch wenn wir

wegen der Corona-bedingten Schliessung unserer Einrichtungen gerade nicht wahrnehmbar sind. (2) wollen wir die Menschen motivieren, sich vom Sofa zu erheben und unsere Einrichtungen zu nutzen, sobald diese wieder zur Verfügung stehen. Mit den folgenden Argumenten wollen wir die Menschen motivieren:

- Das Immunsystem stärken und etwa für die Gesundheit tun
- Corona-Depression bekämpfen und die psychische Gesundheit stärken
- Das Fitness-Niveau aus der Vor-Corona-Zeit wieder erreichen
- Ausfallenden Urlaub nutzen und wieder mehr Bewegen
- Den im Lockdown angefütterten Speck loswerden
- Wieder soziale Kontakte aufnehmen (aber: 2 Meter Abstand halten)
- .....

## **2. Mitglieder und Finanzierung**

Im Interesse einer breiten Wirksamkeit der Kampagne sollen sowohl kommerzielle Fitness-Anbieter als auch gemeinnützige Sportvereine gewonnen werden. Beide Richtungen dürften ein gemeinsames Interesse an einer Aktivierung der Bevölkerung haben und beide Gruppierungen profitieren im Sinne ihrer jeweils eigenen Ziele von einem Zustrom fitnesshungriger Menschen.

Aufgrund ihrer unterschiedlichen Zwecksetzung sollen beide Gruppen auf verschiedene Weise zum Gelingen der Kampagne beitragen. Während die Finanzierung der Kampagnen im wesentlichen aus dem Bereich der kommerziellen Gruppe erfolgen soll (andere Sponsoren sind immer gerne willkommen), sollten gemeinnützige Einrichtungen durch Aktivitäten, wie etwa die Platzierung von Bannern an Sportplätzen oder Verlinkung von Webauftritten etc. Eine finanzielle Beteiligung von gemeinnützigen Einrichtungen ist nicht vorgesehen.

Im Sinne einer ausgewogenen Repräsentation ist es aber wünschenswert, wenn sich sowohl Mitglieder aus der kommerziellen als auch aus der gemeinnützigen

Gruppe an einer aktiven Vertretung der Interessen der Sportlergemeinschaft beteiligen und sich aktiv an den internen Arbeits- und Entscheidungsprozessen beteiligen.

### **3. Maßnahmen**

Unter dem Motto „Fitness für Oberberg“ möchten wir in der Zeit ab Juni bis in den August für unser Anliegen werben. Folgende Botschaft(en) stehen dabei im Mittelpunkt:

- Deine Bewegung, deine Freiheit.
- Dein Sport, deine Freiheit.
- Deine Gesundheit, deine Freiheit.

Mit der Differenzierung zwischen Bewegung, Sport und Gesundheit möchten wir betonen, dass die Kampagne die unterschiedlichsten Zielgruppen anspricht. Den fitnessorientierten Menschen, der sich ein wenig bewegen möchte, den leistungsorientierten Menschen, der sich beispielsweise auf Wettkämpfe vorbereiten möchte und den gesundheitsorientierten Bürger, der Herz und Kreislauf trainieren möchte.

Das Motiv „Freiheit“ hat im Kontext der Kampagne eine doppelte Funktion. Zum einen bringt es zum Ausdruck, dass Fitness einfach ein Ausdruck von Freiheit und Lebensfreude ist. Zum anderen soll es aufrufen, dass man die durch eine sukzessive Aufhebung des Lockdowns gewonnen Freiheiten nun wieder sinnvoll nutzen kann.

Eine wichtige Motivation für die Kampagne ist es, die Teilnehmer als Institutionen zu positionieren, die den Bürgerinnen und Bürgern bei der Nutzung dieser Freiheiten helfen können. Dabei ist es völlig unerheblich, ob die Menschen sich nun für eine Mitgliedschaft im Fussball- oder Tennisverein entschliessen oder ob Sie in ein Fitness- oder EMS-Studio gehen. Wichtig ist es, dass alle Mitglieder als Teil und vielleicht auch als Treiber der nun hoffentlich einsetzenden

Aufbruchstimmung wahrgenommen werden. Daher sollen die Logos und / oder Namen aller Mitglieder immer mit dem Motto „Fit in Oberberg“ präsentiert werden.

Entscheidend für die Wirksamkeit einer Kampagne ist die allgemeine Erfahrung, dass eine Zielperson mindestens 3x in Kontakt mit einer Kampagne gekommen sein muss, bevor ein Wiedererkennungseffekt einsetzt. Daher ist es ratsam, die Kampagne über mehrere Kanäle und über einen längeren Zeitraum - etwa von Ende Mai bis Mitte August laufen zu lassen. Zu denken ist hier beispielsweise an Beiträge und Anzeigen in Zeitungen, an Radiobeiträge, an großflächige Plakate, an Werbebanner, an Flyer etc.

In welchem Umfang wir diese Möglichkeiten nutzen können, hängt wesentlich von dem durch die kommerziellen Mitglieder bereitgestellten Budgets ab. Dieses und die genaue Durchführung der Maßnahmen sind gegenwärtig in Planung. **Damit wir einen möglichst großen Kreis an Mitgliedern noch in unserer Kampagne berücksichtigen können, ist eine Entscheidung für eine Mitgliedschaft bis spätestens zum 18.05.2020 erforderlich.**

#### **4. Wie werde ich Mitglied?**

Eine Mitgliedschaft kann man durch ausfüllen eines der beigefügten Formulare erwerben. Die mit einer Mitgliedschaft erworbenen Rechte und Pflichten sind dort ausführlich beschrieben.