



Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Angewandte Psychologie

Fitnessbegeisterte im Fokus: Barrieren und Motive im Adaptionspro- zess des SensoPro®

BACHELOR-ARBEIT

2019

Autor
Herzig, Fabian

betreuende Person
Dorn, Michael

Praxispartner
SensoPro AG
Glauser, Stefan

Abstract

Der SensoPro® – ein einzigartiges und neuartiges Koordinationskonzept – begeistert und fordert Trainierende aller Art. Trotz wachsender Popularität in mehr als 250 Standorten in der Schweiz trainiert die jüngere Zielgruppe (unter 30-Jährige) selten mit dem SensoPro®. Das Ziel dieser Arbeit ist es, den Grund zu ermitteln. Diesbezüglich wurde die folgende Fragestellung formuliert: Welche Barrieren und Motive lassen sich bei der Zielgruppe Fitness-begeisterte für die Nutzung des SensoPro® identifizieren? Um diese Frage zu beantworten, sind Experteninterviews und Interviews mit der Zielgruppe durchgeführt worden. Darauf aufbauend wurde eine qualitative Inhaltsanalyse durchgeführt. Die Ergebnisse haben gezeigt, dass die untersuchte Zielgruppe den SensoPro® tendenziell als ein Trainingsgerät für ältere Personen, Frauen und Rekonvaleszente bewertet. Die Kontextualisierung der Ergebnisse anhand des Innovations-Entscheidungs-Prozesses hat gezeigt, dass die Adaption des SensoPro® vor allem aufgrund einer negativen Einstellung oder einer negativen ersten Erfahrung mit dem Trainingsgerät scheitert. Ungeachtet dessen konnten im Forschungsprozess zahlreiche Motive herausgearbeitet und in praxisnahe Lösungsansätze transformiert werden.

Schlagworte: SensoPro®, Innovation, Adaption, Adaptions-Entscheidungs-Prozess, Konsumentenverhalten, Overall-Model-of-Consumer-Behavior

Anzahl Zeichen: 124'927

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	SensoPro AG: Kurzportrait des Praxispartners	4
3	Theoretische Einordnung	5
3.1	Adaptions-Entscheidungs-Prozess.....	6
3.2	Overall-Model-of-Consumer-Behavior	8
3.3	Kritik und Implikationen für den weiteren Forschungsverlauf	10
4	Methode.....	11
4.1	Ausgangslage und Planungsphase	14
4.1.1	Stichprobenkonstruktion	14
4.1.2	Wahl der Interviewformen	17
4.1.3	Rekrutierung der Teilnehmenden	18
4.1.4	Konstruktion der Erhebungsinstrumente.....	19
4.1.5	Datenmanagement	20
4.2	Datenerhebung.....	21
4.3	Datenanalyse.....	24
5	Analysebericht.....	27
5.1	Das Kategoriensystem	27
5.2	Fallzusammenfassungen und Einzelfallinterpretationen	29
5.3	Kategorienbasierte Auswertung entlang der thematischen Subkategorien	38
5.3.1	Eigenschaften	38
5.3.2	Selbstkonzept.....	39
5.3.3	Trainingsmotive.....	40
5.3.4	Trainingsverhalten.....	41
5.3.5	Wissensquellen.....	42
5.3.6	Kontextwissen	43
5.3.7	Assoziationen mit SensoPro	44
5.3.8	Nutzung durch Andere	45
5.3.9	Nutzung durch Fitnessbegeisterte	46
5.4	Verdichtung der Barrieren und Motive anhand der Kreuztabelle	49
5.5	Deduktive Kontextualisierung anhand des Adaptions-Entscheidungs-Prozesses ...	52
6	Diskussion	54
6.1	Kritik.....	56
6.2	Ausblick.....	57

6.3	Fazit	58
7	Literaturverzeichnis.....	60
8	Tabellenverzeichnis.....	62
9	Abbildungsverzeichnis	62
10	Anhang	63

1 Einleitung

Das einzigartige Koordinationskonzept der SensoPro AG bietet den Trainierenden eine Möglichkeit, Koordination effektiv und attraktiv zu trainieren und generiert sowohl Rekonvaleszenten als auch Leistungssportlern wissenschaftlich belegbare Vorteile. Mehrere Studien verdeutlichen, dass durch Koordinationstraining Verletzungen vorgebeugt werden können (Zech et al., 2009; Knobloch & Martin-Schmitt, 2006). Auf diese Weise kann beispielsweise einem Trainingsunterbruch oder Ausfall entgegengewirkt werden. Ferner wird beim Training auf dem SensoPro® die intramuskuläre Koordination gefördert. Bezüglich des Effekts der intramuskulären Koordination auf das Krafttraining konnten Bruhn, Kullmann und Gollhofer (2006) in ihrer Studie einen positiven Effekt auf das Training der Maximalkraft feststellen. Trotz wachsender Popularität in Fitnessstudios wird der SensoPro® von jüngeren Trainierenden selten genutzt. Dabei gelten junge Frauen und Männer, die beinahe ausschliesslich Kraft respektive Muskeln trainieren, als die am schwierigsten zu erreichende Zielgruppe. Zudem hat der Praxispartner kaum Wissen über diese Zielgruppe, dennoch wird bezüglich dieser Zielgruppe von einem enormen Markt- und Entwicklungspotential ausgegangen. Das Potential der jüngeren Zielgruppe lässt sich durch den aktuellen Branchenreport des Schweizer Fitness- und Gesundheitscenters Verband's bestätigen. Gemäss diesem Bericht sind rund 25 % der Kundschaft von Fitnesscentern in der Schweiz unter 30 Jahre alt. Im Jahre 2019 wird pro Unternehmung im Durchschnitt eine Investition in Höhe von CHF 59'000 prophezeit. Diese Summe lässt sich auf differente Bereiche – wie Ausdauergeräte, Kraftgeräte, Wellness und vernetzte Trainingssoftware (Schweizerischer Fitness- und Gesundheitscenter Verband, 2018) – verteilen. Investitionen im Bereich Koordinationstraining sind in dieser Summe jedoch nicht explizit einkalkuliert. Dennoch belegen die Zahlen, dass die Branche auch im Jahre 2019 weiter anwachsen wird und finanzielle Mittel für künftige Investitionen grundsätzlich existent sind.

Nach Aussagen von Stefan Glauser, dem Verantwortlichen für Internationalisierung und Marketing der SensoPro AG, gilt es darüber hinaus als Ziel, alle Fitnessstudios mit einem SensoPro® auszurüsten. Um dies zu erreichen, ist es essentiell, Billig-Fitnessketten wie beispielsweise McFit in Deutschland zu akquirieren. Eine Herausforderung, die Glauser in diesem Zusammenhang realisiert, ist die Tatsache, dass erheblicher Aufklärungsbedarf hinsichtlich des Themas Koordinationstraining gegeben ist – vor allem im Hinblick auf den Zweck des Trainingsgeräts.

Dabei nimmt Glauser an, dass diese Umstände mitunter ein Problem bei der Adaption des SensoPro® durch junge, fitnessbegeisterte Personen darstellen. Um diese Problemstellung zu untersuchen, wurde gemeinsam mit dem Praxispartner die folgende Fragestellung ausgearbeitet:

Welche Barrieren und Motive lassen sich bei der Zielgruppe Fitnessbegeisterte für die Nutzung des SensoPro® identifizieren?

Das Hauptziel der Arbeit ist es, Barrieren und Motive von Fitnessbegeisterten für die Nutzung des SensoPro® zu identifizieren. Ferner soll ermittelt werden, inwiefern Fitnessbegeisterte als potentielle Nutzende des SensoPro® fungieren können. Ferner ist die Feststellung des generellen Aufklärungsbedarfs bei Fitnessbegeisterten in Bezug auf Koordination bedeutsam. Bezüglich zukünftiger unternehmensstrategischer Entscheidungen des Praxispartners sollen im Rahmen dieser Arbeit zudem elementare Kontextinformationen über die Zielgruppe gesammelt werden.

Um dies zu erreichen, werden Experteninterviews und Interviews mit der Zielgruppe durchgeführt und qualitativ ausgewertet, analysiert und interpretiert. Als optimalen Standort für die Bearbeitung der Forschungsfrage wurde das Self-Fitness (vgl. www.self-fitness.ch) identifiziert. Der Fokus der Self-Fitness-Kette liegt nicht im Bereich der Gesundheit, sondern richtet sich an jene, die gerne selbständig und regelmässig trainieren. Zudem ist an differnten Standorten die Möglichkeit gegeben, auf dem SensoPro® zu trainieren, was von den jungen Trainierende jedoch selten genutzt wird.

Zunächst bietet Kapitel 2 ein Kurzportrait des Praxispartners. Dieses umfasst die Beschreibung der Besonderheiten des SensoPro®. Kapitel 3 widmet sich der theoretischen Einordnung. Diese umfasst zum einen den *Adoption Decision Process* von Hoyer, Macinnis und Pieters (2018) und zum anderen ein ganzheitliches Modell des Konsumentenverhaltens von Hawkins und Mothersbaugh (2016). Darauf aufbauend beschreibt Kapitel 4 das Forschungsdesign anhand dreier zentraler Phasen und dokumentiert das Forschungsvorgehen. Zunächst werden in der Ausgangslage und Planungsphase grundlegende methodische Entscheidungen präsentiert. Darauf aufbauend erfolgt die detaillierte Beschreibung der Erhebung und Analyse der Daten. Im Anschluss werden in Kapitel 5 die Untersuchungsergebnisse anhand von vier aufeinander aufbauenden Analyseformen vorgestellt.

Abschliessend diskutiert Kapitel 6 jene Ergebnisse, die die Forschungsfrage beantworten, die Limitationen der Arbeit herleiten und die weiterführende Forschung diskutieren. Dieses letzte Kapitel rundet ein prägnantes Gesamtfazit ab.

Diese Arbeit ist insofern von klassischen Forschungsarbeiten abzugrenzen, als dass es nicht darum geht, theoretische Konstrukte zu prüfen oder weiterzuentwickeln. Es soll vielmehr ein wissenschaftlich basierter, praxisnaher und lösungsorientierter Bericht entstehen. Zudem wird keine klassische Zielgruppenanalyse durchgeführt, da der Fokus primär auf der Identifikation der Barrieren und Motive liegt. Um den zu untersuchenden Kontext der Zielgruppe zu präzisieren, wurden gemeinsam mit dem Praxispartner die folgenden kritischen Eigenschaften der Zielgruppe ausgearbeitet:

- Männer und Frauen zwischen 16 und 29 Jahren
- Trainieren zwei bis drei Mal pro Woche im Fitnessstudio
- Sind keine professionellen Bodybuilder
- Sind nicht professionell im Gesundheitsbereich tätig
- Sind nicht professionell im Sportbereich tätig

Im weiteren Verlauf der Arbeit wird im Zusammenhang mit dieser Zielgruppe der Begriff *Fitnessbegeisterte* verwendet. Zudem verzichtet die Arbeit aufgrund des Leseflusses auf die konsistente Verwendung von SensoPro®. Stattdessen wird der Begriff SensoPro verwendet.

2 SensoPro AG: Kurzportrait des Praxispartners

Der Praxispartner dieser Bachelorarbeit ist die SensoPro AG in Bern. Das junge Unternehmen wurde im Jahre 2008 gegründet und steht für Koordinationstraining und Swissness. Mit ihrem Produkt, dem SensoPro (siehe Abbildung 1, Detailansicht vgl. Anhang A), hat die SensoPro AG eine radikale Innovation entwickelt und erfolgreich vermarktet. In der Schweiz stehen derzeit circa 350 Trainingsgeräte an über 250 Standorten für Trainierende zur Verfügung (Stand: Juni, 2019). Das Unternehmen ist zudem seit 2016 in Deutschland vertreten, hat zusätzlich sieben internationale Vertretungen und konnte den SensoPro bisher in 17 Länder exportieren (Stand: Juni, 2019).

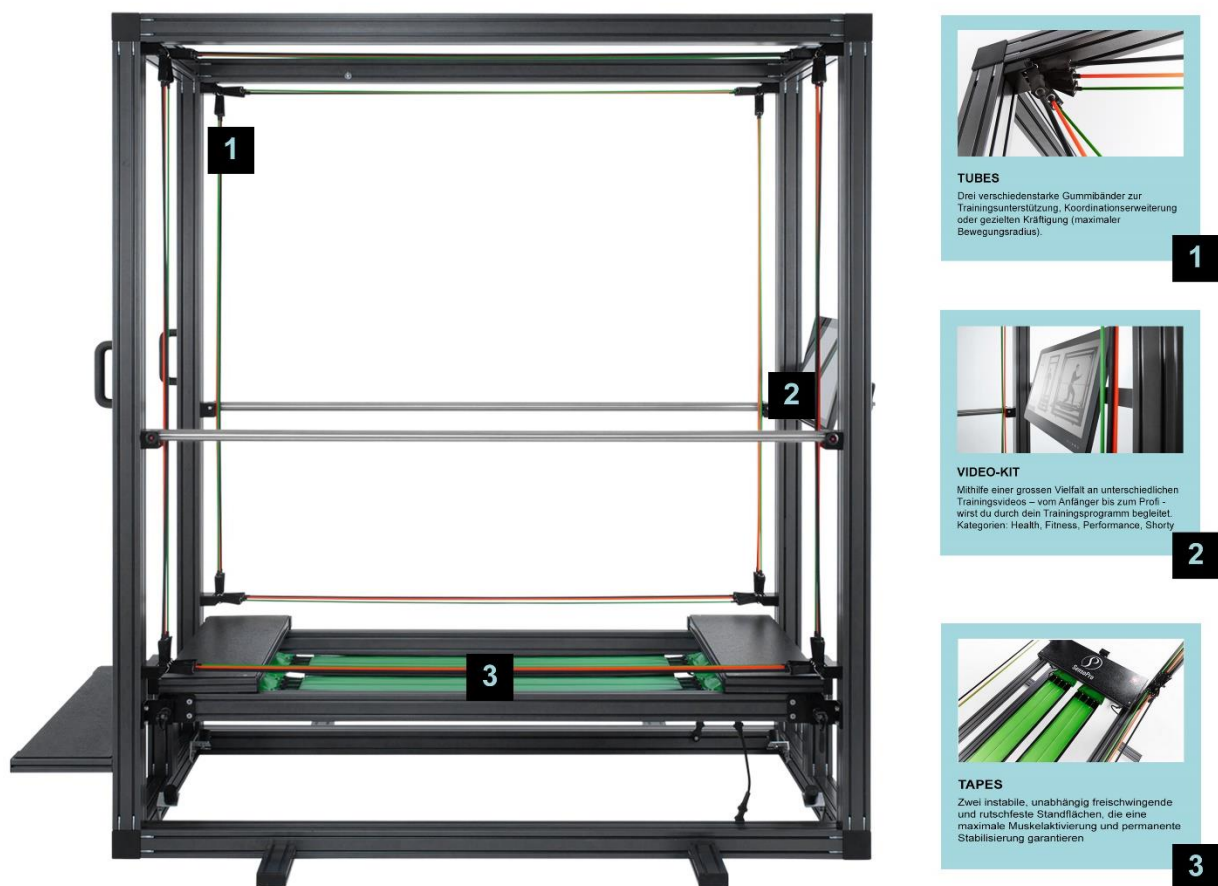


Abbildung 1. Schaubild Infografik SensoPro, in Anlehnung an www.senso.pro/swiss

Als Besonderheiten des SensoPro gelten das durch Video angeleitete, standardisierte Koordinationstraining, der geringere Betreuungsaufwand für den Betreiber und die Möglichkeit, Koordination unter Belastung zu trainieren. Dank der gesteigerten Trainingsmotivation durch schnelle Erfolge bietet das Produkt einen Mehrwert für Menschen jeglicher Altersklassen. Folglich sind die Einsatzbereiche des SensoPro vielseitig und reichen von der Rehabilitation bis zum Spitzensport.

3 Theoretische Einordnung

Wie zuvor beschrieben, sollen in der vorliegenden Arbeit die Barrieren und Motive von Fitnessbegeisterten für die Nutzung des SensoPro untersucht werden. Barrieren und Motive sind hemmende oder verstärkende Faktoren, die auf das Verhalten von Fitnessbegeisterten einwirken. Konträr zu diversen Produkten treffen die Nutzerinnen und Nutzer des SensoPro keine bewusste Kaufentscheidung, sondern können das Trainingsgerät im Rahmen eines Fitnessabonnements nutzen. Ein Aspekt, der an dieser Stelle von Bedeutung ist, ist die Frage, ob eine Person, die ein Produkt nutzt, jedoch nicht explizit kauft, als Konsument betrachtet werden kann. Nach Hoffmann und Akbar (2019) bezieht sich der Begriff *Konsument* auf jene Menschen, die in ihrem Verhalten die Rolle eines Konsumenten einnehmen, wodurch sie Güter und Dienstleistungen erwerben, ge- bzw. verbrauchen oder entsorgen. Folglich gelten auch Nutzerinnen und Nutzer eines Produktes als Konsumenten. Aufgrund dieser Überlegungen hat sich der Autor dieser Arbeit entschieden, den Forschungsgegenstand anhand von relevanten Theorien und Konstrukten des Konsumentenverhaltens zu untersuchen. Die offene Formulierung der Forschungsfrage, das induktive Vorgehen, der zu untersuchende Kontext sowie die Einzigartigkeit des Produkts erschweren die theoretische Einordnung anhand bestehender Modelle des Konsumentenverhaltens.

Um den Forschungsgegenstand entsprechend untersuchen zu können, werden nachfolgend zwei zentrale Konzepte eingeführt. Zu Beginn stellt Kapitel 3.1 den *Adaptions-Entscheidungs-Prozess*. Anhand dieses Prozesses werden die Übernahme einer Innovation, hemmende sowie fördernde Faktoren diskutiert. Das daran anknüpfende Kapitel 3.2 widmet sich der Darstellung eines ganzheitlichen Modells des Konsumentenverhaltens. Durch diesen konzeptionellen Rahmen ist es einerseits möglich, relevante Aspekte des Konsumentenverhaltens in einem angemessenen, nachvollziehbaren Rahmen darzustellen und andererseits das Modell anhand des Adaptions-Entscheidungs-Prozesses zu adaptieren.

Zum Schluss des Kapitels 3 werden die beschriebenen Theorien kritisch beurteilt und mit Implikationen für das weitere Forschungsvorgehen abgeschlossen.

3.1 Adaptions-Entscheidungs-Prozess

Der Adaptions-Entscheidungs-Prozess beschreibt den idealtypischen Ablauf einer erfolgreichen Übernahme einer Innovation. Durchläuft ein Konsument alle Stufen dieses Prozesses, gilt dies als Adaption, was mit dem Begriff Übernahme gleichzusetzen ist (Karnowski & Kümpel, 2016). Unter Berücksichtigung des zuvor beschriebenen Kontextes und der Eigenschaften von Fitnessbegeisterten wird der hier beschriebene Adaptionsprozess anhand des *High-Effort-Adoption-Decision-Process* (vgl. Hoyer et al., 2018, S. 410) hergeleitet. Der aufwändige Adaptionsprozess kommt vor allem bei risikobehafteten Entscheidungen und reduzierten Kenntnissen zum Tragen. Daher eignet sich der aufwändige Adaptionsprozess für den Adaptions-Entscheidungs-Prozess des SensoPro durch Fitnessbegeisterte. Nach Hoyer et al. (2018) lässt sich dieser idealtypisch anhand von fünf Phasen beschreiben (siehe Abbildung 2).

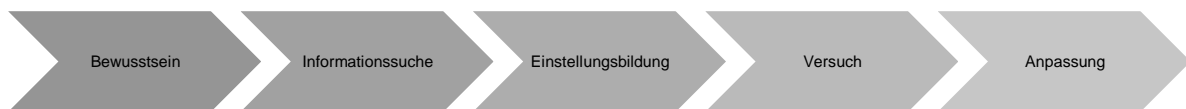


Abbildung 2. Adaptions-Entscheidungs-Prozess, in Anlehnung an Hoyer et al. (2018, S. 410)

In der ersten, als Bewusstsein (*Awareness*) bezeichneten Phase, erfährt der Konsument von der Existenz der Innovation und entwickelt ein Verständnis, wie diese funktioniert. In der zweiten Phase sucht der Konsument nach Informationen (*Information Search*) und bildet sich diesbezüglich eine persönliche Meinung. Auf den gewonnenen Informationen und der gebildeten Meinung aufbauend, festigt sich in der dritten Phase die Einstellung gegenüber der Innovation (*Attitude Formation*). Ist die Einstellung gegenüber der Innovation positiv, kommt es zu einem ersten Versuch (*Trial*). Von diesem Versuch abhängig, wird das Verhalten entsprechend adaptiert, während die Innovation weiterhin genutzt wird oder nicht (Hoyer et al., 2018). Nach Hoyer et al. (2018) existieren diverse Einflüsse, die Konsumenten daran hindern, Innovationen zu adaptieren. Die Adaptionswahrscheinlichkeit sinkt, wenn die Verwendung eines bereits vertrauten Produkts einfacher oder sinnvoller erscheint oder Konsumenten das Gefühl haben, mit der Verwendung der Innovation gewisse Risiken einzugehen. Darunter fallen psychologische, soziale, wirtschaftliche aber auch Sicherheitsrisiken. Konsumenten können sich demzufolge gegen die Nutzung einer Innovation entscheiden, ohne die Innovation jemals verwendet zu haben. Die nachfolgende Tabelle 1 fasst jene Faktoren zusammen, die nach Hoyer et al. (2018) die Adaptionswahrscheinlichkeit einer Innovation beeinflussen.

Tabelle 1
 Zusammenfassung von Faktoren, die die Adaptionswahrscheinlichkeit beeinflussen, eigene Darstellung

Faktor	Beschreibung	Implikationen
Wahrgenommener Vorteil	Je grösser die wahrgenommenen Vorteile (relative Vorteile) einer Innovation sind, desto grösser ist die Adoptionswahrscheinlichkeit.	Aufzeigen relativer Vorteile durch: Kommunikation, Erklärung oder Demonstration relativer Vorteile
Kompatibilität	Je kompatibler eine Innovation mit den Bedürfnissen, Werten, Normen und Verhalten der Konsumenten ist, desto grösser ist die Adoptionswahrscheinlichkeit.	Kompatibilität erhöhen durch: Positionierung an den Bedürfnissen und Werten der Konsumenten ausrichten; Werbung, Promotionen, Livedemonstrationen
Testbarkeit	Je testbarer eine Innovation ist, desto grösser ist die Adoptionswahrscheinlichkeit.	Testbarkeit erhöhen durch: Werbeaktionen, Promotionen, Livedemonstrationen
Komplexität	Je tiefer die Komplexität einer Innovation, desto grösser ist die Adoptionswahrscheinlichkeit.	Komplexität reduzieren durch: Erklärung der Funktionen und der Anwendung; Anpassung von zu komplizierten Funktionen, Anpassung des Designs
Beobachtbarkeit	Je beobachtbarer die Nutzung einer Innovation ist, desto höher ist die Adoptionswahrscheinlichkeit.	Beobachtbarkeit erhöhen: Durch Werbung, Promotionen, Livedemonstrationen; berühmte Personen in Verbindung mit dem Produkt bringen

Anmerkungen. Relative Vorteile entstehen aus dem Umstand, wie sehr eine Innovation Konsumenten unterstützt, inwiefern Risiken vermeidet, Bedürfnisse befriedigt, Probleme gelöst oder Ziele erreicht werden (im Vergleich zu bestehenden Alternativen).

Nachfolgend wird der Adaptionprozess in ein gesamtheitliches Modell des Konsumentenverhaltens eingebettet. Dies ermöglicht eine ganzheitliche Betrachtung des Forschungsgegenstandes.

3.2 Overall-Model-of-Consumer-Behavior

Wie zuvor erwähnt, ist anhand des *Overall-Model-of-Consumer-Behavior* von Hawkins und Mothersbaugh (2016) eine ganzheitliche Betrachtung des Konsumentenverhaltens möglich. Zudem generiert das Modell einen konzeptionellen Rahmen für die Untersuchung der Barrieren und Motive von Fitnessbegeisterten. Das in dieser Arbeit vorgestellte Modell bezieht sich in seinen Grundannahmen auf das Originalmodell von Hawkins und Mothersbaugh (2016, S. 25). Dieses wurde jedoch auf dem Hintergrund des Innovationskontextes anhand des Adaption-Entscheidungs-Prozesses adaptiert. Dieser ersetzt den klassischen Kauf-Entscheidungs-Prozess des Originalmodells.

Abbildung 3 demonstriert, dass Konsumenten ein Selbstkonzept (wie sie sich selbst sehen) und darauf aufbauend einen Lifestyle (wie sie leben) aufgrund differenter internaler (hauptsächlich psychologischer) und externaler (soziologischer und demografischer) Einflüsse bilden. Anhand des Selbstkonzepts und Lifestyles entwickeln sich Bedürfnisse und Wünsche, die Konsumenten durch ihre Entscheidungen respektive Verhalten zu befriedigen versuchen. Die durch den Adaption-Entscheidungs-Prozess gesammelten Erfahrungen wirken sich wiederum auf das Selbstkonzept und den Lifestyle aus, indem sie auf die externalen und internalen Einflussfaktoren einwirken.

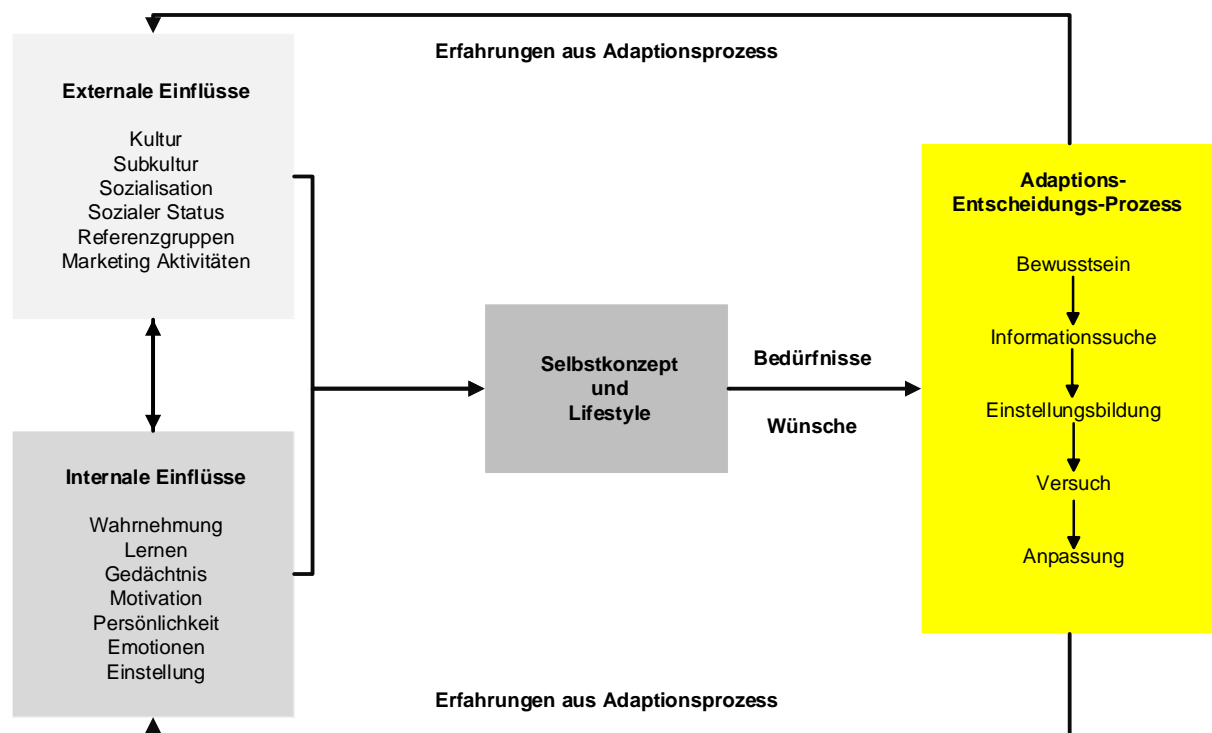


Abbildung 3. Adaption des Overall-Model-of-Consumer-Behavior, in Anlehnung an Hawkins und Mothersbaugh (2016)

Zum besseren Verständnis werden im Anschluss die relevanten Aspekte dieses Modells zusammengefasst.

Externale Einflüsse resultieren hauptsächlich aus dem kulturellen und sozialen Umfeld des Konsumenten. Kulturelle Einflüsse im Kontext Fitnessbegeisterte können beispielsweise auf die Einflüsse der Generation Y (geboren zwischen 1986 und 2002) und Generation Z (geboren 2003 und später) zurückgeführt werden (Solomon, 2016). Als ein Einfluss aus dem sozialen Umfeld gelten die Bezugsgruppen. Für den Kontext Fitnessbegeisterte können dies beispielsweise andere Trainierende, Vorbilder oder Idole sein.

Internale Einflüsse beziehen sich auf psychologische Konstrukte, die im direkten Zusammenhang mit dem Erleben und Verhalten des Konsumenten stehen – wie Wahrnehmung, Lernen, Gedächtnis, Motivation, Persönlichkeit, Emotionen und Einstellung. Für den Kontext Fitnessbegeisterte bedeutet dies beispielsweise, dass durch die Beobachtung des Verhaltens von anderen Trainierenden Lernprozesse entstehen, was sich auch auf die Anwendung eines Trainingsgerätes auswirken kann. Anhand des Konstrukts Lernen kann die Wechselwirkung zwischen den externalen und internalen Einflüssen erklärt werden. Lernen kann sowohl ein rein internaler, aber auch ein externaler Prozess sein – beispielsweise bei dem Beobachten einer Person (Hawkins & Mothersbaugh, 2016). Ähnliches gilt für differente internale Prozesse wie etwa die Einstellung.

Durch das Zusammenspiel aus externalen und internalen Einflüssen entwickeln Konsumenten das **Selbstkonzept**. Das Selbstkonzept umfasst die Gesamtheit der Überzeugungen, wie eine Person ihre Eigenschaften pflegt und die Art und Weise, wie sie sich auf Grundlage dieser Qualitäten bewertet (Solomon, 2016). Solomon (2016) unterscheidet zwischen dem realen und idealen Selbstkonzept. Konsumenten tendieren in zahlreichen Situationen dazu, ihr reales Selbstkonzept mit dem idealen Selbstkonzept zu vergleichen. Studien bewiesen dahingehend, dass vor allem der Vergleich mit dem idealen Körperbild die Wahrnehmung des eigenen Körpers massgeblich beeinflusst (Myers & Biocca, 1992; Gulas & McKeage, 2000). Das Selbstkonzept spiegelt sich im **Lifestyle** der Konsumierenden und umfasst, wie sie leben, welche Produkte sie kaufen, wie sie diese benutzen und wie sie über diese denken (Hawkins & Mothersbaugh, 2016). Der Lifestyle ist nach Hawkins und Mothersbaugh (2016) als Manifestation des Selbstkonzeptes zu verstehen und entspricht der Summe aller vergangener Entscheidungen und Zukunftspläne eines Konsumenten. Wie bereits zu Beginn dieses Kapitels erwähnt, entwickeln Konsumenten Bedürfnisse und Wünsche, die als treibende Kräfte auf künftiges Verhalten einwirken.

Anhand der zuvor erwähnten Manifestation des Selbstkonzeptes im Lifestyle eines Konsumenten kann abgeleitet werden, dass alle früheren Erfahrungen und Erlebnisse auf den Adaptionen-Entscheidungs-Prozess einwirken. Für den Kontext Fitnessbegeisterte bedeutet dieser Umstand, dass die Barrieren und Motive in einer vielseitigen Wechselwirkung stehen. Wie zuvor erwähnt, schliesst sich der Kreislauf durch die Erfahrungen resultierend aus dem Adaptionen-Entscheidungs-Prozess. Nachfolgend widmet sich die Arbeit der kritischen Beurteilung zentraler Theorien, während die Implikationen für den weiteren Forschungsverlauf festgehalten werden.

3.3 Kritik und Implikationen für den weiteren Forschungsverlauf

Die Autoren des Overall-Model-of-Consumer-Behavior verweisen in ihrem Buch darauf, dass es sich diesbezüglich um ein konzeptionelles Modell handelt und nicht alle Details des Konsumentenverhaltens mitinbegriffen sind. Trotzdem sind die Autoren überzeugt, dass ihr Modell die relevanten Aspekte des Konsumentenverhaltens abbildet (Hawkins & Mothersbaugh, 2016). Das vorgestellte Modell entspricht folglich einer Vereinfachung des Konsumentenverhaltens. Dennoch wird im Overall-Model-of-Consumer-Behavior nicht berücksichtigt, dass das Konsumentenverhalten in der Realität selten so einfach, so strukturiert, so rational und so linear ist. Trotzdem entspricht das Modell in seinen Grundannahmen dem gängigsten Totalmodell des Konsumentenverhaltens von Blackwell, Miniard und Engel (2001). Aufgrund der tendenziell offenen, induktiven Vorgehensweise ist die isolierte Betrachtung einzelner Konstrukte – wie beispielsweise der Einstellung – nicht ausreichend, um den Forschungsgegenstand angemessen zu untersuchen. Vielmehr setzt die theoretische Einordnung für den weiteren Forschungsverlauf einen ganzheitlichen Rahmen.

4 Methode

Das methodische Vorgehen intendiert, den Forschungsgegenstand zum einen strukturiert und organisiert zu bearbeiten. Zum anderen bilden die ausgewählten Datenerhebungs-, Transkriptions- und Analysemethoden die Grundlage für die Beantwortung der Fragestellung. Um Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten, widmet sich der folgende Teil detailliert dem methodischen Vorgehen. Zudem stellt die exakte methodische Vorgehensweise ein bedeutsames Gütekriterium qualitativer Sozialforschung dar.

In Anbetracht der Fragestellung (vgl. Kapitel 1) hat sich der Autor dieser Arbeit für einen qualitativen Zugang zum Forschungsfeld entschieden. Dieser kreativ-schöpferische Ansatz soll dem Autoren einen empirischen Zugang zur Umwelt der Zielgruppe Fitnessbegeisterte, resp. zum Datenmaterial bieten. Ein quantitativer Ansatz wurde aufgrund der Ausrichtung der Fragestellung und des Erkenntnisinteresses nicht in Betracht gezogen, denn aus wissenschaftlich-qualitativer Perspektive erachtet es der Forschende als äusserst zielführend, ein „sprachbezogenes, [...] komprimierendes sowie [...] systematisches“ (Kuckartz, 2016, S. 52–53) Verfahren für die Erkenntnisgewinnung anzuwenden.

Die zirkuläre Strategie des qualitativen Forschungsprozesses erlaubte es dem Forschenden – unter Berücksichtigung deduktiver Vorannahmen – einer adäquaten Auswahl von Interviewpartnern sowie -formen, Daten in offener Weise zu erheben und auszuwerten (Flick, 2016). Dabei spielen die subjektiven Erfahrungen und Voraussetzungen von Fitnessbegeisterten eine überaus bedeutsame Rolle. Der Forschende erhofft sich durch diese Momentaufnahme mittels qualitativer Interviews eine nicht-theoriegeleitete Identifikation fundierter Barrieren und Motive für die Nutzung des SensoPro. Die folgenden Abschnitte beschreiben die elementarsten qualitativen Schritte des methodischen Vorgangs. Abbildung 4 veranschaulicht das Forschungsdesign dieser Arbeit, das sich aus vier zentralen Schritten zusammensetzt.

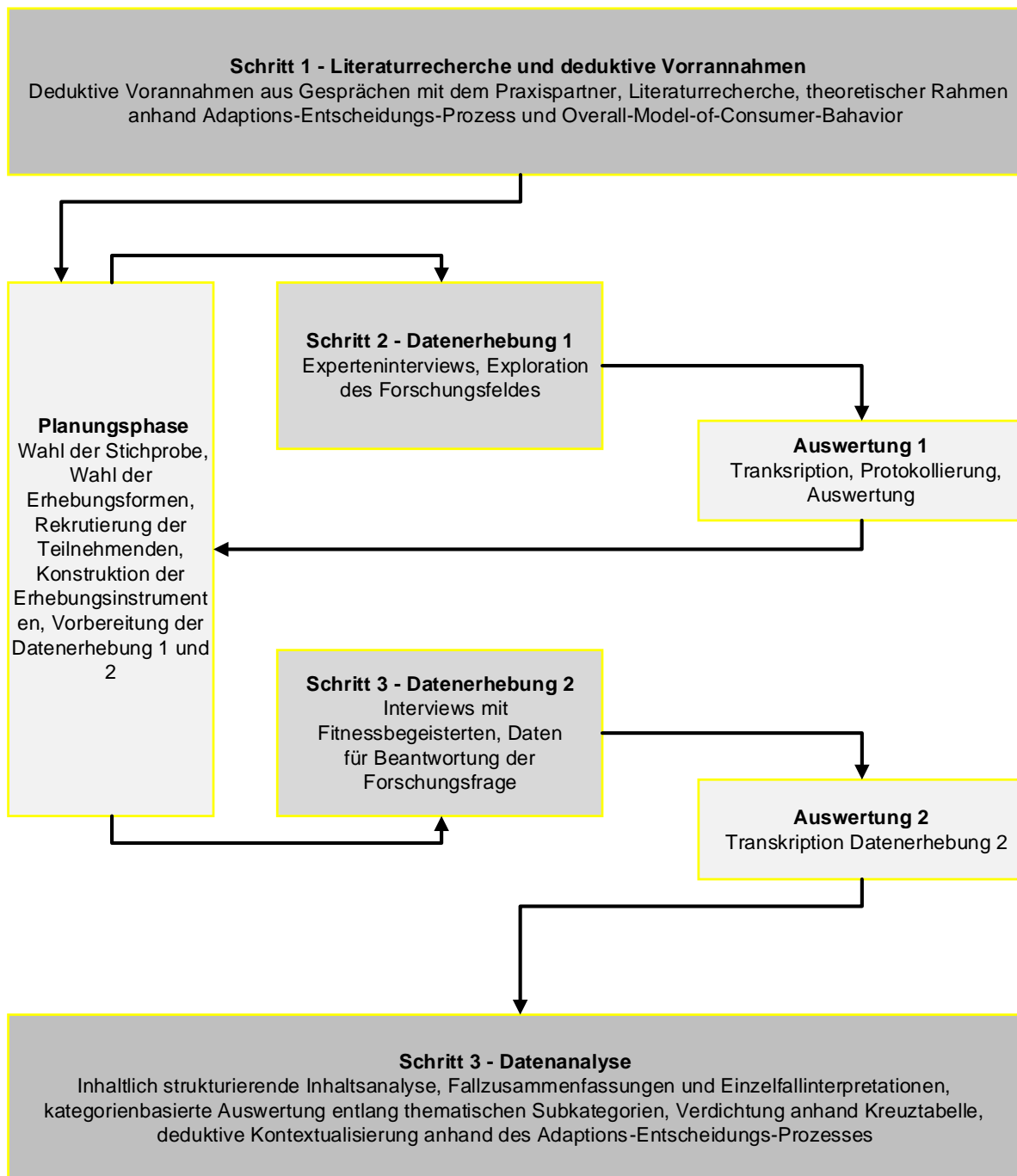


Abbildung 4. Forschungsdesign dieser Arbeit, eigene Darstellung

Schritt 1 – Literaturrecherche und deduktive Vorannahmen

In einem ersten Schritt wurden nebst mehreren Gesprächen mit dem Praxispartner eine Literaturrecherche durchgeführt. Trotz der insgesamt induktiven Vorgehensweise des Forschenden war der erste Schritt deduktiv geprägt. Zum einen wurde der theoretische Rahmen – wie in Kapitel 3 beschrieben – anhand des Innovation-Adoption-Process und des Overall-Model-of-Consumer-Behavior erarbeitet. Zum anderen wurde essentielle Literatur zur methodischen Umsetzung des Forschungsdesigns miteinbezogen. Anhand dieser wissenschaftlich fundierten Ausgangslage konnte der zweite Schritt geplant und umgesetzt werden.

Schritt 2 – Datenerhebung 1

Im zweiten Schritt erfolgte zur Exploration des Forschungsfeldes die Durchführung von Experteninterviews. Zudem konnten auf diese Weise relevante Kontextinformationen über Fitnessbegeisterte gewonnen werden. Im Rahmen des zweiten Schrittes wurden diverse Fachpersonen befragt. Dabei standen primär die subjektiven Einschätzungen zu verschiedenen Themen in Bezug zu den Fitnessbegeisterten im Fokus. Diese Interviews wurden transkribiert und protokolliert, ausgewertet und inhaltlich analysiert. Aufbauend auf den bisherigen Erkenntnissen aus dem Forschungsverlauf erfolgte die Entwicklung eines fundierten Leitfadens für die zweite Datenerhebung mit den Fitnessbegeisterten.

Schritt 3 – Datenerhebung 2

Der dritte Schritt umfasste die Datenerhebung der vorliegenden Arbeit. Anhand des erarbeiteten Leitfadens wurden zehn Interviews mit Fitnessbegeisterten aus der Region Bern durchgeführt. Dabei wurde die subjektive Realität der Fitnessbegeisterten und alle – für die Beantwortung der Forschungsfrage – relevanten Informationen erfasst. Durch das Forschungsdesign konnten zudem Vorannahmen geprüft und ausdifferenziert werden.

Schritt 4 – Datenanalyse

Der vierte Schritt konzentrierte sich auf die Auswertung und Analyse der qualitativen Daten. Auf dem Hintergrund der Forschungsfrage wurde das gesamte Datenmaterial mithilfe einer Analyse-Software ausgewertet, inhaltlich analysiert und interpretiert.

4.1 Ausgangslage und Planungsphase

In einer zeitintensiven Planungsphase koordinierte der Forschende schliesslich die Datenerhebung. Für die inhaltliche Konzeption der Erhebungsinstrumente konnte sich der Forschende auf relevante Theorien und Konzepte aus der Fachliteratur (vgl. Kapitel 3) stützen. Die folgenden Kapitel beschreiben die Planungsphase – inklusive ihrer Besonderheiten.

4.1.1 Stichprobenkonstruktion

Konträr zu quantitativen Studien streben qualitative Studien nicht primär einen hohen Grad an Verallgemeinerbarkeit an, dennoch stellt die Repräsentativität ein bedeutsames Gütekriterium empirischer Arbeiten dar. Damit qualitative Forschungsdesigns den Maximen der Empirie gerecht werden, ist insbesondere bei der Stichprobenkonstruktion auf einen theoretischen Zugang zu achten (Helfferrich, 2012). Bei Studiendesigns mittlerer Grösse – zwischen 6 und 30 Interviews – empfiehlt es sich, die Stichprobe nach dem folgenden Prinzip zu bilden. Zu Beginn muss eine Gruppe definiert werden, um die es gehen soll (enge Fassung der Gruppe), innerhalb dieser Gruppe ist eine breite Variation anzustreben. Zum Schluss soll die Gruppendifinition verengt werden.

Stichprobenkonstruktion 1 – Erhebungsphase 1

Die Stichprobenkonstruktion 1 umfasst fünf Personen aus unterschiedlichen Fachgebieten. Dabei sollten die Experten vor allem gute Informanten sein. Elementares Kriterium für die vorab festgelegte Stichprobenbildung war, dass die zu befragenden Personen über das Wissen und die Erfahrung zu den jeweiligen Themen verfügen, die zur Beantwortung der Fragen notwendig sind. Zudem sollten die verschiedenen Fachgebiete sowie die individuellen Erfahrungen und Meinungen der Experten den Forschenden darin unterstützen, ein besseres Verständnis hinsichtlich des Forschungsgegenstandes zu entwickeln. Die Besonderheiten der Stichprobenkonstruktion 1 werden in der nachstehenden Tabelle 2 zusammengefasst.

Tabelle 2
 Übersicht Stichprobenkonstruktion 1 – Erhebungsphase 1, eigene Darstellung 2019

Experte	Fachgebiet und Besonderheiten
Senso Pro	Innenperspektive auf den Forschungsgegenstand, Sportwissenschaftliches und produktbezogenes Kontextwissen.
Influencer (2)	Aussenperspektive auf den Forschungsgegenstand, subjektive Erfahrung mit dem SensoPro, Insights zu Fitnessbegeisterte, insbesondere auf grundsätzliche Eigenschaften und Überzeugungen der Zielgruppe.
Besitzer Fitness	Aussenperspektive auf den Forschungsgegenstand, Subjektive Erfahrungen mit dem SensoPro und Fitnessbegeisterten in der Rolle als Besitzer des Self-Fitness.
Personal Fitness (2)	Aussenperspektive auf den Forschungsgegenstand, Subjektive Erfahrungen mit dem SensoPro und Fitnessbegeisterten in der Rolle als Instruktoren im Self-Fitness.

Stichprobenkonstruktion 2 – Erhebungsphase 2

Bereits zu Beginn des Forschungsprozesses wurden – gemeinsam mit dem Praxispartner – kritische Eigenschaften von Fitnessbegeisterten ausgearbeitet (vgl. Kapitel 1). Auf diesen abstrakt definierten Kriterien der Untersuchungseinheit aufbauend, erfolgte die Entwicklung eines Stichprobenplans (siehe *Tabelle 3*). Dabei sollte nach Flick (2016) auf eine möglichst gleichmässige Besetzung der unterschiedlichen Felder geachtet werden, beziehungsweise sollten alle Felder der Tabelle ausreichend besetzt sein. Bei kleinen Forschungsprojekten empfehlen Clarke und Braun (2013) eine Stichprobengrösse von 6 bis 10 Interviews – eingeplant waren zwölf Interviews. Eine grössere Stichprobe scheint hinsichtlich der Erkenntniszunahme interessant, ist angesichts des Aufwands jedoch kaum zu bewältigen. Da im Vorfeld bereits eine Literaturrecherche und Experteninterviews durchgeführt wurden, scheint eine Stichprobengrösse von 12 Interviews jedoch als gerechtfertigt.

Tabelle 3
 Stichprobenplan Stichprobenkonstruktion 2 – Erhebungsphase 2, in Anlehnung an Kuckartz (2016, S. 157)

Kontext und Geschlecht			
Verhalten	weiblich	männlich	total
Trainieren nicht mit SensoPro	3	3	6
Trainieren mit SensoPro	3	3	6
total	6	6	12

Auf dem Hintergrund sowohl Barrieren als auch Motive untersuchen zu können, wurde die Spalte *Verhalten* gebildet. Auf diesem Wege erhoffte sich der Forschende eine Verdichtung des Datenmaterials und infolgedessen hinsichtlich maximaler und minimaler Kontraste. Wie der Stichprobenplan dokumentiert, war geplant, die gleiche Anzahl Frauen und Männer zu befragen. Daher wäre es in der Datenanalyse möglich gewesen, allfällige geschlechterspezifische Unterschiede zu untersuchen und zu gewichten. Zu einem späteren Zeitpunkt wird beschrieben, weshalb lediglich 10 Interviews durchgeführt werden konnten (vgl. Kapitel 4.1.3).

4.1.2 Wahl der Interviewformen

Im entwickelten Forschungsdesign (siehe Abbildung 4) waren insgesamt zwei Erhebungsphasen vorgesehen. Die Auswahl einer passenden Erhebungsform ist ein entscheidender Schritt im methodischen Vorgehen und gewährleistet, dass das Forschungsfeld entsprechend untersucht werden kann. Ein weitverbreitetes Instrument bei der Durchführung qualitativer Forschung sind Leitfadeninterviews. Die Wahl dieser Interviewform ist zum einen aufgrund des Erkenntnisinteresses und zum anderen aufgrund der Charakteristik der Untersuchungseinheiten zu begründen. Leitfadeninterviews eignen sich nach Helfferich (2012) insbesondere, um subjektive Theorien und Formen des Alltagswissens zu rekonstruieren, was der Autor dieser Arbeit zu ergründen beabsichtigte. Ein weiterer Vorteil von Leitfadeninterviews besteht darin, dass sie den Standardisierungsgrad bei der Datenerhebung erhöhen und im Zuge dessen die Datenauswertung erleichtern Helfferich (2012). Wie zuvor in Kapitel 4 erwähnt, wurden zwei Erhebungsphasen durchgeführt, die sich hinsichtlich des Sinns und Zwecks unterscheiden. Aus diesem Grund wurden einerseits Experteninterviews und halbstandardisierte Interviews durchgeführt, beide Formen beruhen in ihren Grundannahmen auf dem Typus von Leitfadeninterviews (Flick, 2016). Die Besonderheiten der beiden Interviewformen werden im nachfolgenden Abschnitt diskutiert.

Interviewform Erhebungsphase 1 – Experteninterviews

Bogner und Menz (2002) definieren Experten wie folgt: «Der Experte verfügt über technisches, Prozess- und Deutungswissen, das sich auf sein spezifisches professionelles oder berufliches Handlungsfeld bezieht». Experten gelten zudem als Repräsentanten einer Gruppe (Flick, 2016). Die fünf befragten Experten verfügen aufgrund ihres beruflichen Handlungsfeldes über ein spezifisches Prozess- und Deutungswissen und erfüllen folglich nach Flick (2016) die Kriterien für eine Befragung als Experten. Nach Bogner und Menz (2002) eignet sich das Experteninterview zudem, wenn ein Untersuchungsfeld thematisch strukturiert und Hypothesen generiert werden sollen. Auch im Vorfeld der Erstellung eines Leitfadens – wie in diesem Fall für die Durchführung der Zielgruppeninterviews – sind Experteninterviews dienlich. Diese typischen Eigenschaften des Experteninterviews decken sich mit den Absichten der Erhebungsphase 1 dieser Forschungsarbeit.

Interviewform Erhebungsphase 2 – Interviews mit Fitnessbegeisterten

Analog zu klassischen Leitfadeninterviews ist das halbstandardisierte Interview auch bei der Rekonstruktion von subjektiven Theorien hilfreich (Flick, 2016). Unter subjektiven Theorien versteht Flick (2016), dass die befragten Personen über einen komplexen Wissensbestand hinsichtlich der Untersuchung verfügen. Dieser Wissensbestand enthält sowohl explizite als auch implizite Annahmen. Halbstandardisierte Interviews ermöglichen zum einen explizite verfügbare Annahmen der interviewten Person zu erfragen, zum anderen können implizite Annahmen durch methodische Hilfen erfragt werden. Aus diesem Grund kommen bei halbstandardisierten Interviews differente Fragetypen zum Einsatz (vgl. Kapitel 4.1.4).

4.1.3 Rekrutierung der Teilnehmenden

Die Experten wurden schriftlich via Mail oder mündlich per Telefon kontaktiert und rekrutiert. Die Rekrutierung von Experten, respektive die Gewinnung eines Experten für die Teilnahme an einem Interview, gilt laut Flick (2016) als Herausforderung bei

Experteninterviews. Trotz aller Bestrebungen konnte kein männlicher Influencer aus dem Fitnessbereich für die Teilnahme gewonnen werden. Oftmals blieben die Kontaktanfragen unbeantwortet oder die finanziellen Forderungen der angefragten Experten waren zu hoch. Nach Flick (2016) ist davon auszugehen, dass eine Vielzahl der Experten zeitlich stark limitierte Ressourcen zur Verfügung haben, aus diesem Grund hat der Forschende die Experten den Ort und die Durchführungszeit bestimmen lassen.

Der Rekrutierungsprozess für die Interviews mit der Zielgruppe sollte den Trainingsbetrieb im Self-Fitness nicht beeinträchtigen. Daher erfolgte die Terminvereinbarung für die Interviews mit Fitnessbegeisterten durch das Self-Fitness. Unter Berücksichtigung des Informationsschreibens (vgl. Anhang B) akquirierte das Personal des Self-Fitness zehn Teilnehmende. Leider wurde auch dieser Prozess von unerwarteten Schwierigkeiten begleitet – insbesondere das Kriterium *männlich, trainiert mit dem SensoPro* (siehe Tabelle 3) entwickelte sich zu einer nicht zu bewältigenden Herausforderung. Trotz Verlängerung des Zeitfensters konnte lediglich ein männlicher Teilnehmer, der mit dem SensoPro trainiert, rekrutiert werden.

4.1.4 Konstruktion der Erhebungsinstrumente

Wie bereits in Kapitel 4 geschildert, wurde die Entwicklung der Erhebungsinstrumente auf dem Hintergrund der Literaturrecherche aufgebaut. Um der erforderlichen Offenheit von qualitativer Forschung dennoch gerecht zu werden, aber zugleich die notwendige Strukturierung für die Beantwortung der Forschungsfrage vorzugeben, wurden die Leitfäden nach dem SPSS-Prinzip (vgl. Helfferich, 2012, S. 182–185) entwickelt. Mithilfe dieser Methode wurden zu Beginn Fragen und Stichworte gesammelt, die für den Forschungsgegenstand von Bedeutung sind. In einem zweiten Schritt erfolgte die Überprüfung der Fragen und Stichworte anhand des Vorwissens und der relevanten theoretischen Grundlagen. Der dritte Schritt widmete sich der inhaltlichen Sortierung von Fragen und Stichworten. Zum Schluss wurden die Fragen in einem Leitfaden subsumiert. Dieser Leitfaden bot die geeignete Struktur für eine offene und dennoch strukturierte Durchführung der Interviews. Diese Struktur wurde insofern erreicht, dass alle Themen mit einer tendenziell offenen, erzählgenerierenden *Leitfrage* eingeleitet wurden. Dabei wurden die Leitfragen durch *konkrete Fragen* ergänzt. Für jeden Bereich wurden zusätzliche *Aufrechterhaltungs- und Steuerungsfragen* formuliert (siehe Abbildung 5). Dieser Aufbau des Leitfadens ermöglichte es dem Forschenden, nach Bedarf in die Interviewsituation einzugreifen, was wiederum die Qualität der Datenerhebung steigerte.

Für die Experteninterviews wurden insgesamt drei Leitfaden-Versionen erstellt, wobei das Grundgerüst in allen drei Versionen unverändert blieb. Variiert wurden diesbezüglich jene Themenbereiche, die sich auf die fachliche Ausrichtung des Experten bezogen. Im Zuge der Interviews mit der Zielgruppe erfolgte die Entwicklung einer vollständig neuen Leitfaden Variante. Die inhaltlichen Details der Erhebungsinstrumente sind dem Anhang zu entnehmen (vgl. Anhang C bis D).

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
Teil 1: Generelle Aspekte zu Fitness Was bedeutet Fitness für Dich?	<ul style="list-style-type: none"> - Bedeutung von körperlicher Fitness - Massnahmen um fit zu sein - Trainingsziel - Welche Körperbereiche werden trainiert - Trainingsmotivation 	Was machst Du um körperlich fit zu sein?	Andere Sportarten nebst Fitness? Verbesserung der Leistungsfähigkeit? Verletzungen/Gesundheitliche Probleme?

Abbildung 5. Schaubild Leitfaden für Interview mit Fitnessbegeisterten, eigene Darstellung

4.1.5 Datenmanagement

Der Forschende hat sich entschieden, alle Interviews durch Audio-Aufzeichnung festzuhalten. Dies ermöglichte eine präzisere Dokumentation, erhöhte die Genauigkeit und vereinfachte die Auswertung. Die Audio-Aufzeichnungen fungieren als Grundlage für die wortgetreue Verschriftlichung der Interviews. Ein wesentlicher Vorteil bestand zudem darin, dass der Forschende während der Interviewsituation entsprechend entlastet wurde und sich auf die Interviewführung konzentrieren konnte. Somit konnte die Qualität bei der Interviewführung gesteigert werden. Im Anschluss wurden die Regeln für die Transkription festgelegt – mit dem Ziel, die Daten für die darauffolgende computerunterstützte Auswertung angemessen aufzubereiten. Dabei wurden nach und nach den Empfehlungen von Kuckartz transkribiert (2016, S. 167–168). Die wörtliche Transkription ist ein aufwändiger Prozess. Kuckartz (2016) geht davon aus, dass für die Transkription etwa das Fünf- bis Zehnfache der Interviewzeit benötigt wird. Aufgrund des umfangreichen Datenmaterials (ca. 11 Stunden Audioaufnahmen) wurde ein weiterer Ansatz für die Auswertung der Audio-Aufzeichnungen herangezogen. Gemäss Mayring (2016) sowie Vogel und Funck (2018) ist die zusammenfassende Protokollierung dann von hohem Nutzen, wenn im Forschungsprozess vorwiegend der inhaltlich-thematische Teil von Bedeutung ist und die Materialfülle gross erscheint. Für diese angepasste Form der Interviewdokumentation hat der Forschende eine entsprechende Protokollform kreiert. Diese Form der Protokollierung wurde bei drei Experteninterviews angewendet, während die übrigen Interviews wörtlich transkribiert wurden.

Der Autor dieser Arbeit hat den interviewten Personen vollkommene Anonymität zugesichert, um die gewünschte Offenheit im Interview zu erhalten. Allen Interviewteilnehmenden wurde zu Beginn des Interviews eine Einwilligungserklärung (vgl. Anhang E) vorgelegt. Durch die Unterschrift bestätigen die Interviewteilnehmenden, dass die Aussagen für die Forschungszwecke der hier vorliegenden Arbeit verwendet werden dürfen. Die Aussagen finden sich in abstrahierter Form in dem Bericht wieder. Da auch in den Analysemethoden mit den Zitaten der interviewten Personen gearbeitet wurde, sind im Anhang weder die Transkripte noch die schriftlichen Analysemethoden vorzufinden. Die Audiodateien wurden nach der Transkription ebenfalls aus Gründen des Datenschutzes gelöscht.

4.2 Datenerhebung

Wie entsprechend geplant, erfolgte die Datenerhebung anhand von zwei Erhebungsphasen. Innerhalb dieses Prozesses wurden insgesamt 15 Interviews geführt, die zwischen 20 Minuten und 80 Minuten lang waren. Da der Forschende die Gespräche eigenständig durchführte, konnte eine hohe Standardisierung in der Datenerhebung sichergestellt werden. In den nachfolgenden Abschnitten werden die Besonderheiten der Erhebungsphase 1 und Erhebungsphase 2 ausführlich beschrieben.

Erhebungsphase 1 – Experteninterviews

Im Rahmen der Erhebungsphase 1 wurden fünf Experteninterviews durchgeführt. Ziel war es, die Vorrannahmen aus dem bisherigen Forschungsprozess zu überprüfen, zu verdichten, anzupassen und zu erweitern. Anhand der Erzählungen der Expertinnen und Experten war es bereits früh im Forschungsprozess möglich, verschiedene Barrieren und Motive für die Nutzung auf dem SensoPro zu ermitteln. Die unterschiedlichen Fachgebiete der Experten ermöglichten es dem Forschenden zudem, den Forschungsgegenstand kontinuierlich aus neuen Blickwinkeln zu beleuchten. Im Anschluss wird die Erhebungsphase 1 in einer Übersicht tabellarisch zusammengefasst (siehe Tabelle 4).

Tabelle 4
Zusammenfassung der Erhebungsphase 1 – Experteninterviews, eigene Darstellung

Übersicht der Erhebungsphase 1	
Anzahl Interviews	5
Interviewtyp	Experteninterviews
Standorte	Bern und Thun
Dauer	Zwischen 60 und 90 Minuten
Themen	Perspektive Experte (Fitness und Koordinationstraining), Rolle des Trainingsgerätes SensoPro, Rolle des Fitnessstudios, Zielgruppe im Allgemeinen, Zielgruppe und SensoPro, Zielgruppe internale Einflüsse, Zielgruppe externale Einflüsse, Persönliches

Die durchgeführten Interviews wurden zeitnah transkribiert und protokolliert, wie in Kapitel 4.1.5 bereits detailliert beschrieben. Die ersten beiden Interviews wurden wörtlich transkribiert, während die weiteren drei Interviews aufgrund der Länge der Interviews protokolliert wurden. Im Anschluss an diese zeitintensive Auswertungsphase erfolgte die Analyse der Daten vor dem Hintergrund der Forschungsfrage. Im Verlauf werden die bedeutsamsten Erkenntnisse aus den Experteninterviews zusammengefasst, die vollständige Auswertung ist dem Anhang F zu entnehmen.

Tabelle 5

Zusammenfassung der bedeutsamsten Erkenntnisse aus den Experteninterviews, eigene Darstellung

Annahmen über Zielgruppe	
<ul style="list-style-type: none"> - 90 % trainieren ausschliesslich wegen der Optik - Inspiration für Idealbilder durch Social Media - Sind sehr interessiert und motiviert - Haben wenig Zeit, wollen deshalb kurze und knackige Workouts - Verletzungen durch Fitnessstraining sind selten - Fitnesspersonal eher keine Wissensquelle - Internet und Social Media sind bedeutsamste Wissensquelle 	
Barrieren	Motive
<ul style="list-style-type: none"> - Wollen sich nicht zum Clown machen - Fühlen sich ausgestellt - ist nicht intuitiv verständlich - Sehen im SP ein Weichspüler-Gerät - Sehen fast nur ältere Personen mit dem SP trainieren - Trainer gehen in der Einführung nicht auf SP ein, ausser es wird von den Trainierenden explizit danach gefragt. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hoher Spassfaktor - Polysportive die sich im sportlichen Leistungsbereich verbessern wollen - Rekonvaleszente Trainierende - Trainierende (eher Frauen), die gerne mit einer spielerischen Komponente trainieren

Erhebungsphase 2 – Interviews mit Fitnessbegeisterten

Die Interviews mit Fitnessbegeisterten wurden in den Räumlichkeiten des Self-Fitness an den Standorten Münsingen und Frutigen durchgeführt. Bei der Durchführung der Interviews wurde darauf geachtet, dass eine entspannte Atmosphäre gegeben ist. Eine Massnahme, um eine entspannte Atmosphäre zu gewährleisten und gleichzeitig Unsicherheiten bei den Teilnehmenden zu reduzieren, war die Aushandlung von Rollen. Im Zuge dessen hat sich der Forschende dazu entschieden, eine tendenziell unwissende, naive Rolle einzunehmen.

Dadurch erhoffte sich der Forschende, dass das Antwortverhalten der Teilnehmenden weniger stark auf dem Hintergrund inhaltlich richtiger oder sozialerwünschter Antworten verzerrt wurde. Um den Teilnehmenden ausreichend Raum für die Beantwortung der erzählgenerierenden Leitfragen zu gewähren, achtete der Forschende bei der Durchführung der Interviews auf einen angemessenen Umgang mit Sprechpausen. Die nachfolgende Übersicht fasst die Erhebungsphase 2 tabellarisch zusammen (siehe Tabelle 6).

Tabelle 6
Zusammenfassung der Erhebungsphase 2 – Interviews mit Fitnessbegeisterten, eigene Darstellung

Übersicht der Erhebungsphase 2	
Anzahl Interviews	10
Interviewtyp	Leitfadeninterviews mit Fitnessbegeisterten
Standorte	Frutigen und Münsingen
Dauer	Zwischen 20 und 40 Minuten
Themen	Bedeutung von Fitness im Allgemeinen, Inspiration für Fitnessstraining, Einfluss von anderen Trainierenden, Verständnis von Koordinationstraining, Assoziationen mit dem SensoPro, Positives und Negatives über den SensoPro, Gründe für die Nutzung, Gründe für die Nichtnutzung, Typische SensoPro-Nutzende, Persönliches

Mit der Transkription der Interviews wurde fortlaufend gestartet. Nach Beendigung der Transkription des zuletzt geführten Interviews endete die Konzeption des Forschungsdesigns und es wurde mit der Datenanalyse gestartet.

4.3 Datenanalyse

Aufgrund der Forschungsfrage und der tendenziell kleinen Fallzahl N=10 wurde eine inhaltlich strukturierende, qualitative Inhaltsanalyse durchgeführt. Diese Methode eignet sich insbesondere bei Forschungsdesigns kleiner und mittlerer Grösse sowie bei der Auswertung leitfadenorientierter Interviews (Kuckartz, 2016). Anhand dieser empirischen Analysemethode sollte das Datenmaterial schrittweise komprimiert, zusammengefasst und visualisiert werden. Die Analyse sowie Ergebnisdarstellung in Kapitel 5 orientieren sich massgeblich am generellen Ablaufschema nach Kuckartz (2016, S. 100), während die Abbildung 6 die durchgeführten Analyseschritte visualisiert. Wie auf der Abbildung zu sehen, stand zu jedem Zeitpunkt die Forschungsfrage im Zentrum, was bedeutsam war, um die Analyse zielorientiert durchführen zu können.



Abbildung 6. Ablaufschema der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse, in Anlehnung an Kuckartz (2016, S. 100)

Aus Gründen der Nachvollziehbarkeit geht der folgende Abschnitt auf die einzelnen Schritte des Ablaufschemas ein. Die nachfolgend beschriebenen Schritte wurden alle mit der QDA-Software MAXQDA durchgeführt.

Die Vorgehensweise bei den Vorarbeiten der inhaltlichen Analyse ist Kuckartz (2016) zufolge stets hermeneutisch-interpretativ. Bei der Analyse des Datenmaterials orientierte sich der Forschende an den sieben Phasen des Ablaufschemas der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2016). In einer ersten initiierenden Textarbeit, in der die Transkripte sequenziell und schliesslich vollständig durchgelesen wurden, ging es darum, den subjektiven Sinn der Auswahleinheit nachzuvollziehen. Das Vorgehen bei der darauffolgenden Entwicklung des Kategoriensystems in Phase zwei bis fünf war massgeblich induktiv geprägt. Anhand dieser Kategorienbildung (vgl. Kuckartz, 2016, S. 88–94) wurde das Kategoriensystem in einem mehrstufigen Prozess induktiv verfeinert. Zeile für Zeile wurde das Datenmaterial codiert, dabei haben sich die Hauptkategorien *Fitnessbegeisterte*, *SensoPro*, *Barrieren* und *Motive* herauskristallisiert. Auf dem Hintergrund der Hauptkategorien wurden in einem nächsten Schritt die Subkategorien direkt am Material gebildet. Während diesen Phasen erfolgte die Entwicklung eines ersten Entwurfs eines Codierleitfadens, in dem der Forschende die Kategoriendefinition und Hinweise für die Codierung beschrieb. Die Kategoriendefinitionen sowie deren Zuordnung wurden kontinuierlich überarbeitet, während der Codierleitfaden angepasst und finalisiert wurde (vgl. Anhang M). Der Forschende überprüfte anhand der finalen Version des Codierleitfadens alle codierten Textstellen und recodiert diese, wenn nötig. Dabei haben sich vier Hauptkategorien mit jeweils drei bis sechs Subkategorien herauskristallisiert. Diese erlauben eine mehrdimensionale Betrachtung der Forschungsfrage. So konnten die tieferliegenden Strukturen und Zusammenhänge des Datenmaterials zur Beantwortung der Forschungsfragen abschliessend aufgezeigt werden. Die Anzahl der Haupt- und Subkategorien wurde in Anbetracht der Stichprobengrösse auf das Nötigste begrenzt. Dabei liegt diese Anzahl mit vier Hauptkategorien und jeweils drei oder sechs Subkategorien durchaus im empfohlenen Bereich (Kuckartz, 2016).

Die bisherigen Schritte des Ablaufschemas waren eine bedeutsame Voraussetzung für die vertiefenden „Einfachen und Komplexen Analysen“ nach Kuckartz (2016, S. 118). Zudem war der siebte Schritt mit einem erheblichen Mehraufwand verbunden. Als erstes wurde eine Themenmatrix (vgl. Anhang N) erstellt, in der die codierten Textstellen zusammengetragen und der entsprechenden Kategorie des Kategoriensystems zugeteilt werden konnten. Das Zusammentragen aller Textstellen ermöglichte die visuelle Kontrastierung des gesamten Datenmaterials. In einem nächsten Schritt erstellte der Forschende fall- und themenbezogene Zusammenfassungen. Die konzipierten Fallzusammenfassungen sind aufgrund des geringen Samplings zugleich Einzelfallinterpretationen, die die Forschungsfrage pro Fall beantworten.

Den Fallzusammenfassungen und den Einzelfallinterpretationen entsprechend wurde das Kapitel 5.2 anhand von vier prototypischen Fällen geschrieben. Die Auswahl dieser Fälle erfolgte zum einen aufgrund der hohen inhaltlichen Verdichtung, zum anderen unterscheiden sich diese vier Fälle inhaltlich stark und stehen beispielhaft für die Heterogenität innerhalb der Zielgruppe Fitnessbegeisterte. Obendrein können anhand dieser Fälle die elementarsten Barrieren und Motive für die Nutzung des SensoPro abgeleitet werden.

Anhand der zuvor erstellten thematischen Zusammenfassungen wurde im Anschluss eine kategorienbasierte Auswertung entlang der thematischen Subkategorien durchgeführt. Gemäss Definition erfolgt diese Auswertung entlang der Hauptkategorien, kann jedoch auch – wie im vorliegenden Fall – entlang thematischer Subkategorien durchgeführt werden (Kuckartz, 2016). Bei der Bildung des Kategoriensystems wurde auf eine sinnvolle Reihenfolge geachtet, somit konnte diese für die erwähnte Analyse beibehalten werden.

In einem weiteren Analyse Schritt erfolgte die Verdichtung der Barrieren und Motive anhand einer Kreuztabelle (vgl. Kapitel 5.4) Dieser Schritt ermöglichte zudem die Auszählung und Bündelung der genannten Häufigkeiten. Durch diese vereinfachte Form der Gewichtung konnten die bedeutsamsten Barrieren und Motive identifiziert werden.

Zur Abrundung und Kontextualisierung der Analyse werden die Wirkungsweisen dieser Barrieren und Motive innerhalb des Adaption-Entscheidungs-Prozesses veranschaulicht.

Die Kombination der unterschiedlichen Formen führte dazu, dass die Komplexität und das Datenvolumen schrittweise reduziert werden konnte und sich im Zuge dessen die relevanten Aspekte für die Beantwortung der Forschungsfrage herauskristallisieren. Zusammengefasst werden folgende Analyseschritte zur Beantwortung der Fragestellung vorgenommen:

- Fallzusammenfassungen und Einzelfallinterpretationen
- Analyse entlang der thematischen Subkategorien
- Verdichtung anhand der Kreuztabelle
- Deduktive Kontextualisierung anhand des Adaption-Entscheidungs-Prozesses

Im Verlauf geht die Arbeit genauer auf die Ergebnisse der einzelnen Analysen ein.

5 Analysebericht

Zu Beginn stellt die Arbeit das Kategoriensystem vor. Ferner werden in den Kapiteln 5.2 bis 5.5 die Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse präsentiert.

5.1 Das Kategoriensystem

Wie zuvor in Kapitel 4.3 beschrieben, entwickelte der Forschende das Kategoriensystem unmittelbar am Datenmaterial. Das definitive Kategoriensystem umfasst vier Hauptkategorien *Fitnessbegeisterte*, *SensoPro*, *Barrieren* und *Motive*. Die Bezeichnung der Hauptkategorien deckt sich mit den inhaltlichen Themen der jeweiligen Kategorie. Es wird angenommen, dass aufgrund der Bezeichnung der Hauptkategorien die inhaltliche Ausrichtung selbsterklärend ist, deshalb verzichtet der Forschende an dieser Stelle auf eine detailliertere Definition. Im Verlauf schildert die Arbeit die einzelnen Subkategorien.

Tabelle 7
Definitives Kategoriensystem, eigene Darstellung 2019

Hauptkategorie	Subkategorie	Beschreibung
Fitnessbegeisterte	Eigenschaften	Umfasst soziodemografische Informationen und Kontextinformationen – wie Hobbys, Interessen und grundlegende Überzeugungen zu fitnessnahen Themen.
	Selbstkonzept	Umfasst die Beschreibung des idealen und realen Selbstkonzeptes und die daran gekoppelten Bestrebungen und Konsequenzen, dem körperlichen Idealbild zu entsprechen.
	Trainingsmotive	Umfasst alle Gründe, weshalb im Fitnessstudio trainiert wird. Diese Subkategorie beschreibt die internalen und externalen Einflüsse auf die Trainingsmotive.
	Trainingsverhalten	Diese Subkategorie beschreibt das generelle Trainingsverhalten und umfasst die Art und Weise, wie trainiert wird.
	Wissensquellen	Diese Subkategorie beschreibt, wie und wo sich «Fitnessbegeisterte» über fitnessnahe Themen informieren.
	Kontextwissen	Hier werden das Wissen und Unwissen zu fitnessnahen Themen beschrieben.

SensoPro	Assoziationen mit SensoPro	Diese Subkategorie erfasst alle Assoziationen von Fitnessbegeisterten im Zusammenhang mit dem SensoPro.
	Nutzung durch Andere	Diese Subkategorie umfasst die Art und Weise, wie andere Personen mit dem SensoPro trainieren und wie diese bei der Nutzung durch Fitnessbegeisterte wahrgenommen werden.
	Nutzung durch Fitnessbegeisterte	Diese Subkategorie umfasst die Art und Weise, wie Fitnessbegeisterte mit dem SensoPro trainieren und wie sie die Nutzung wahrnehmen.
Barrieren	Personenbezogene Barrieren	Umfasst alle expliziten und impliziten personenbezogenen Barrieren für die Nutzung des SensoPro.
	Situationsbezogene Barrieren	Umfasst alle expliziten und impliziten situationsbezogenen Barrieren für die Nutzung des SensoPro.
	Produktbezogene Barrieren	Umfasst alle expliziten und impliziten produktbezogenen Barrieren für die Nutzung des SensoPro.
Motive	Personenbezogene Motive	Umfasst alle expliziten und impliziten personenbezogenen Motive für die Nutzung des SensoPro.
	Situationsbezogene Motive	Umfasst alle expliziten und impliziten situationsbezogenen Motive für die Nutzung des SensoPro.
	Produktbezogene Motive	Umfasst alle expliziten und impliziten produktbezogenen Motive für die Nutzung des SensoPro.

Anmerkungen. Die Haupt- und Subkategorien *Barrieren* und *Motive* wurden lediglich zur Unterstützung bei der Analyse gebildet und werden in der kategorienbasierten Auswertung im Kapitel 5.3 nicht weiter aufgeschlüsselt.

5.2 Fallzusammenfassungen und Einzelfallinterpretationen

Im Anschluss konzentriert sich die Arbeit auf die Schilderung der vier Fallzusammenfassungen und Einzelfallinterpretationen, die jeweils eine themenübergreifende umfassende Subsumierung der Aussagen eines Falls über das gesamte Interview enthalten. Dabei werden fallspezifische, thematische Schwerpunkte hervorgehoben und diese in eigenen Worten wiedergegeben. Die Auswahl der nachfolgenden Fallzusammenfassungen basiert auf bewussten Überlegungen. Zum einen handelt sich um inhaltlich verdichtete Fälle, zum anderen fungieren diese als Prototypen für differente Fälle und sind hinsichtlich des inhaltlichen Schwerpunktes äusserst heterogen. Ferner wurden sie auf dem Nutzungskontext des SensoPro ausgewählt. B7 hat den SensoPro noch nie ausprobiert, B1 hat den SensoPro ausprobiert, trainiert jedoch selten damit, B6 hat den SensoPro ausprobiert und trainiert regelmässig mit dem Gerät, während B4 den SensoPro ausprobiert hat, damit jedoch nicht trainiert. Die Fallzusammenfassungen aller Teilnehmenden sind dem Anhang zu entnehmen (vgl. Anhang G bis L).

Fall 7: Die Pragmatische

Profil:

Dimensionen Fitnesskonzept: Ventil für jegliche Energie
Trainingsmotiv: Sommerfigur erreichen
Assoziation mit SensoPro: für ältere Personen, um Steifheit/Verspannung zu lösen

B7 ist weiblich, 16 Jahre alt und in Ausbildung. Sie trainiert erst seit einigen Monaten im Fitnessstudio (3–5 Mal pro Woche) und hat in der Vergangenheit eine Kampfsportart ausgeübt. Dabei plant sie, in naher Zukunft, erneut einzusteigen. Fitness ist für B7 ein elementarer Ausgleich vom stressigen Alltag und ein Ventil, um Dampf abzulassen und sich auszupowern. Für das regelmässige Training im Fitnessstudio, wird B7 durch ihren Freund motiviert. Mit ihrem Körperbild ist sie grundsätzlich zufrieden. In verschiedenen Aussagen deutet B7 an, dass dies für sie ein bedeutsames Trainingsmotiv darstellt – beispielsweise hat sie sich sehr darüber gefreut, dass ihrem Umfeld aufgefallen ist, dass sie gewisse Fettpolster an Bauch und Beinen loswerden konnte. Um ihrer Traumfigur zu entsprechen, trainiert sie hauptsächlich mit Kraft- und Ausdauergeräten. B7 trainiert ganzheitlich mit dem Fokus auf dem Unterkörper.

Als elementare Wissensquellen von B7 gelten ihre Kolleginnen und das Fitnesspersonal. Hinsichtlich Trainingsempfehlungen stellt YouTube eine bedeutsame Wissensquelle dar, Instagram nutzt B7 eher zum Stöbern.

B7 verfügt über kein vertieftes Kontextwissen. Dies kann dadurch erklärt werden, dass sie weitgehend zufrieden mit sich ist und ihre Ziele mit dem vorhandenen Wissen zu erreichen scheint. B7 verwechselt Koordinationstraining mit Konditionstraining. Daher haben beide Trainingsbereiche keine erhebliche Bedeutung und stellen tendenziell lästige Aspekte dar. B7 assoziiert mit dem SensoPro ein Trainingsgerät für alte Personen, das gelenkschonend ist und bei Verspannungen hilft. Da sich die anderen Trainierenden auf dem SensoPro träge und etwas steif bewegen, ist sie der Meinung, dass der SensoPro nicht förderlich für sie sei. Dass auf dem SensoPro Kraft- oder Ausdauertraining möglich ist, hält sie für unwahrscheinlich. Dies ist einerseits auf ihre Beobachtungen zurückzuführen und zweitens auf ihre Annahme, dass ohne zusätzliches Gewicht ein effektives Training nicht möglich sei. Des Weiteren trainiert B7 nicht mit dem SensoPro, weil er oft besetzt ist und die anderen Trainierenden „lustig“ aussähen. Letzteres vor allem, wenn diese die Balance verlieren und auf dem Gerät abtreten müssen. B7 kann sich vorstellen, mit dem SensoPro zukünftig zu trainieren, jedoch nur, wenn dieser vermehrt durch junge Menschen genutzt würde.

Zusammengefasst formuliert, existieren zahlreiche Barrieren von B7 gegenüber dem Training auf dem SensoPro. Diese leitet sie aus ihren Beobachtungen ab und aufgrund der Annahme, dass der SensoPro ein Gerät für alte Personen sei. B7 hat folglich keine grundsätzliche Ablehnung gegenüber dem SensoPro, jedoch konnte sie die beschriebenen Barrieren bisher nicht überwinden. Dies wird erst möglich sein, wenn vermehrt junge Personen mit dem SensoPro trainieren. Zurzeit passt der SensoPro als Trainingsgerät nicht in ihr Selbstkonzept und sie erkennt keinen Nutzen im Hinblick auf ihre Trainingsmotive.

Dieser Fall steht prototypisch für Fitnessbegeisterte, die den SensoPro nicht getestet haben. Ihre Meinung, dass der SensoPro ein Gerät für alte Menschen sei, hindert sie daran, mit diesem zu trainieren. Diese Meinung verfestigt sich fortlaufend, da beinahe nur ältere Personen beobachtet werden, die mit dem SensoPro trainieren. Die Fälle 2, 8, 9 und 10 beschreiben eine ähnliche Ausgangslage, die Details dazu sind dem Anhang zu entnehmen (vgl. Anhang G, J, K & L).

Fall 1: Die Unsichere**Profil:**

Dimensionen Fitnesskonzept: Eine gesunde Lebensform
Trainingsmotiv: Gesundheit und körperliches Wohlbefinden
Assoziation mit SensoPro: Koordinationsgerät für Alte und Sportler

B1 ist weiblich, 24 Jahre alt und hat einen Bürojob. Sie trainiert seit fünf Jahren in der Regel zwei bis drei Mal pro Woche im Fitnessstudio. Zudem ist sie in der Freizeit gerne aktiv und verbringt viel Zeit in der Natur. Mit Fitness verbindet B1 einen insgesamt gesunden Lebensstil, dazu gehört auch das eigene Wohlbefinden. Aufgrund von Schulterschmerzen, für die sie ihren Büroalltag verantwortlich macht, hat sie ursprünglich mit dem Training im Fitnessstudio angefangen. Nach eigenen Aussagen trainiert sie nicht, um anderen zu gefallen und verbalisiert kein körperliches Idealbild. Die Erzählungen von B1 lassen jedoch vermuten, dass sie durchaus bestrebt ist, dem gesellschaftlichen Schönheitsideal (vgl. Kapitel 5.3.2) zu entsprechen. Das zeigt sich darin, dass sich B1 primär über Komplimente zu optischen Veränderungen aufgrund des Fitnessstrainings freuen würde. Wie im weiteren Verlauf deutlich wurde, hat die Umwelt auf B1 einen entsprechenden Einfluss. Sie probiert neue Übungen oder Trainingsgeräte bevorzugt erstmal zu Hause aus oder, wenn das Fitnessstudio nicht hochfrequentiert ist. Ihre Grundeinstellung spiegelt sich auch in ihrem Trainingsverhalten wider. Sie trainiert mehrheitlich mit dem eigenen Körpergewicht. Klassische Kraftgeräte nutzt sie tendenziell selten. Um dem Ziel gerecht zu werden, trainiert sie insbesondere in den Bereichen Kraft und Ausdauer. Beweglichkeit und Koordination hat für sie keinen hohen Stellenwert. Zu fitnessnahen Themen informiert sich B1 primär online auf YouTube.

Erwähnenswert ist obendrein, dass sie keinen Instagram-Account hat. Das Fitnesspersonal würde sie gerne um Rat fragen, traut sich aber meistens nicht. Insgesamt verfügt B1 über kein erwähnenswertes Kontextwissen und setzt sich – nebst dem Fitnessbesuch – eher selten mit dem Thema Fitness auseinander. Es ist anzunehmen, dass ihr Wissen ausreicht, um ihr Training derart zu gestalten, dass sie ihre Trainingsziele erreichen und sich gesund und wohl fühlen kann. Für B1 ist Koordination ein Synonym für Balance und Gleichgewicht und sie assoziiert den SensoPro primär mit Koordinationstraining. Dabei erkennt sie für Sportler wie Skifahrer oder für Personen mit Gleichgewichtstörungen einen Nutzen, was das Koordinationstraining betrifft. Den SensoPro hat sie im Rahmen des zweiten Probetrainings ausprobiert, sonst hätte B1 das Gerät vermutlich bis heute nicht getestet. Mit dem SensoPro verbindet sie ein äusserst vielseitiges Gerät, das keine offensichtlichen Schwächen hat.

Sie trainiert hauptsächlich mit dem Bauch-Beine-Po-Programm. Aufgrund der schwierigen Übungen erlebt sie das Training als äusserst herausfordernd. Die zuvor beschriebenen Unsicherheiten gegenüber Dingen, die sie nicht gut kann oder kennt, hemmen die Nutzungshäufigkeit des SensoPro. Trotz der insgesamt positiven Meinung gegenüber dem SensoPro nutzt B1 das Gerät nur selten – vor allem, weil sie sich aus verschiedenen Gründen auf dem Gerät unwohl fühlt. Ihrer Meinung nach ist der Standort des Trainingsgerätes nicht optimal gewählt. Sie stört sich daran, dass sie alle anderen Trainierenden im Rücken hat und fühlt sich deshalb ausgestellt und beobachtet. Unsicher fühlt sie sich zudem, weil sie den SensoPro noch nicht so gut kennt wie andere Trainingsgeräte. Zudem beobachtet sie fast nur ältere Personen, die mit dem SensoPro trainieren, wodurch ihre Unsicherheiten verstärkt werden, da sie sich als junge Person nicht auf dem SensoPro exponieren möchte. Wenn mehr junge Personen mit dem SensoPro trainieren würden, würde B1 den SensoPro gerne öfter nutzen. Zusammengefasst erachtet B1 den SensoPro als ein sinnvolles und herausforderndes Trainingsgerät, das zu ihrer gesundheitsorientierten Grundeinstellung und ihren Trainingsmotiven passt. Aufgrund der beschriebenen Unsicherheiten, die ihr Verhalten in unterschiedlichen Situationen erklären und bestimmen, nutzt sie den SensoPro jedoch nur selten oder lediglich dann, wenn das Fitnessstudio relativ unbesucht ist – vor allem, weil sie sich auf dem SensoPro ausgestellt fühlt, das Gerät nicht so gut kennt und sich «blöde» vorkommt beim Training auf dem SensoPro.

Dieser Fall steht prototypisch für Fitnessbegeisterte, die den SensoPro ausprobiert haben, jedoch nur gelegentlich damit trainieren. Sie haben ein insgesamt positives Bild und er passt in ihr Fitnesskonzept und zu ihren Trainingsmotiven. Diese Personen lassen sich stark durch situationale Umstände beeinflussen – wie den Standort des Geräts oder das Trainingsumfeld – infolgedessen nutzen sie den SensoPro äusserst selten. Fall 5 beschreibt eine ähnliche Ausgangslage, die Details sind dem Anhang I zu entnehmen.

Fall 6: Der Selbstbewusste**Profil:**

Dimensionen Fitnesskonzept: Lebensstil/-Inhalt
Trainingsmotiv: Transformation zum Idol (=Thor)
Assoziation mit SensoPro: Ein Frauengerät

B6 ist männlich, 27 Jahre alt und arbeitet handwerklich im Baugewerbe. Seit drei Jahren trainiert er im Schnitt fünf Mal pro Woche im Fitnessstudio. Für ihn ist Fitness ein bewusst gewählter Lebensstil. Dabei achtet er auf die Ernährung und verzichtet gänzlich auf Alkohol. Aufgrund seines erhöhten Gewichts befand sich B6 vor ein paar Jahren in einer äusserst belastenden Lebenssituation. Durch professionelle Beratung, der Unterstützung aus seinem Umfeld und erheblicher Selbstdisziplin hat B6 in den vergangenen drei Jahren mehr als 30 Kilogramm abgenommen. Sowohl im Beruf wie auch in seiner Freizeit bewegt er sich viel. Zudem hat er früher Sport auf einem äusserst hohen Niveau ausgeübt. Dieser Hintergrund führt dazu, dass er im Vergleich zu anderen Teilnehmenden über ein sehr viel grösseres Wissen zu fitnessnahen Themen verfügt. B6 wirkt äusserst selbstbewusst und bodenständig, jedoch nicht überheblich. Heute beeinflussen ihn andere Trainierende nicht mehr. Er sagt aber auch, dass er sich dieses Selbstbewusstsein über die Jahre und durch seine Leistungen erarbeitet hat. Am Anfang war er häufig frustriert und beeinflusst durch das Leistungsvermögen anderer Trainierender. Der Umstand, dass er muskulösere und leistungsstärkere Trainierende eingeholt und überholt hat, war eine bedeutsame Bestätigung. Heute ist es ihm egal, was andere von ihm denken und er lässt sich auch nicht durch negative oder provozierende Aussagen aus dem Trainingsumfeld beeinflussen.

B1 trainiert äusserst ausgeglichen und ganzheitlich und hat ein klares Trainingsziel. Er möchte nicht an Körpermasse zunehmen, sondern die bestehende Muskelmasse definieren. Seine hohe Motivation und Freude am Fitnesstraining spiegelt sich auch in seinem Trainingsverhalten wider. Er ist offen gegenüber neuen Trainingsgeräten und versucht, sein Leistungsvermögen durch ein vielseitiges Training zu verbessern. B6 nutzt alle Angebote des Fitnessstudios und trainiert mit den unterschiedlichsten Geräten.

Wie bereits erwähnt, verfügt B6 über ein ausgeprägtes Fitnesswissen – zum einen, weil er motiviert ist und ihn die Thematik äusserst interessiert. Zum anderen, weil er vor allem professionelle und zuverlässige Quellen nutzt, wie zum Beispiel seinen Trainingscoach. Im Vergleich zu allen anderen Trainierenden ist B6 der einzige, der über ein vertieftes Wissen über Koordinationstraining verfügt.

Eine gute Koordination ist ihm sehr wichtig und er bewertet diese als wertvoll für seinen Alltag. Zudem weiss er von der Bedeutung des Koordinationstrainings aufgrund seiner sportlichen Vergangenheit. Er erkennt auch einen Nutzen für das Krafttraining. Eine gute Koordination unterstützt ihn dahingehend, die geeigneten Muskelgruppen anzusteuern und die Bewegungen sauber auszuführen.

Mit dem SensoPro assoziierte B6 über lange Zeit ein Gerät, das vor allem für weibliche Personen geeignet ist – zum einen, weil die Bewegungen tendenziell feminin wirken, zum anderen, weil er mehrheitlich Frauen beobachtet, die den SensoPro nutzen. Aufgrund seiner Beobachtungen erwartete er ferner, dass das Training auf dem SensoPro wenig anstrengend ist. Den SensoPro hat er erst ausprobiert, als ihn jemand aus seinem Umfeld dazu ermuntert hat. Völlig überrascht hat er festgestellt, wie herausfordernd und anstrengend das Training ist. Seither trainiert er mindestens einmal pro Woche mit diesem Gerät – primär, um die Tiefenmuskulatur in seinen Beinen zu trainieren und weil es für ihn einen guten Ausgleich zum statischen Krafttraining bietet. B6 ist vor allem mit der Videoanleitung zufrieden, dafür dürften die horizontalen *Tubes* (siehe Abbildung 1) etwas straffer sein. Er trainiert – als Mann – mit dem Bauch-Beine-Po-Programm, ein weiteres Indiz für sein gefestigtes Selbstbewusstsein. Erwähnenswert ist obendrein, dass B6 – trotz negativer Reaktionen aus dem Trainingsumfeld – weiterhin auf dem SensoPro trainiert. Er hat auch eine Erklärung, weshalb Personen, die den SensoPro belächeln, eher nicht damit trainieren. B6 sagt, dass oftmals die trainiertesten Personen die unsichersten sind. Diese Personen trainieren lediglich an Geräten, die sie beherrschen und auf denen sie gut aussehen. Alle anderen Situationen werden vermieden.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass B6 durch seine körperliche und leistungsbezogene Entwicklung ein sehr positives Selbstkonzept entwickelt hat. Zudem ist er auf sein Körperbild stolz. Es kann angenommen werden, dass dieses seinem Idealbild weitgehend entspricht. Sein positives Selbstkonzept, seine hohe Motivation, sein ausgeprägtes Kontextwissen und seine Offenheit für Neues sind Gründe, warum er trotz der auftretenden Barrieren auf dem SensoPro trainiert. Dazu zählen die folgenden Assoziationen: die Wahrnehmung des SensoPro als Gerät für mehrheitlich weibliche Personen, die negativen Reaktionen aus dem Umfeld und das vermeintlich einfache Training auf dem SensoPro.

Dieser Fall steht prototypisch für Fitnessbegeisterte, die den SensoPro ausprobiert haben und ihn regelmässig nutzen. Sie zeichnen sich durch ein gesundes Selbstbewusstsein aus und lassen sich nicht von ihrem Trainingsumfeld beeinflussen. Obendrein haben sie alle Barrieren erfolgreich überwunden. Zudem kann der Nutzen für alle anderen Fitnessbegeisterten hergeleitet werden. Im Vergleich zu anderen Trainingsgeräten ist der SensoPro ein vielseitiges Trainingsgerät, mit dem insbesondere das Training der Tiefenmuskulatur möglich ist. Die Verbesserung der koordinativen Fähigkeiten ist dabei tendenziell zweitrangig, jedoch ein netter Nebeneffekt. Fall 3 beschreibt eine ähnliche Ausgangslage, die Details sind dem Anhang H zu entnehmen.

Fall 4: Der Übermensch

Profil (Kernaussagen):

Dimensionen Fitnesskonzept: Erfolgsrezept fürs Leben
Trainingsmotiv: Selbstbewusstsein gewinnen
Assoziation mit SensoPro: Physiogerät für Verletzte

B4 ist männlich, 23 Jahre alt und arbeitet handwerklich im Baugewerbe. Er trainiert seit sechs Jahren im Fitnessstudio. Vor dieser Zeit spielte er Fussball und übte eine Kampfsportart aus. Zurzeit hat er keine Verletzungen oder andere gesundheitliche Beschwerden, die ihn beim regelmässigen, intensiven Training belasten. Fitness bedeutet für B4, seinen Körper zu tunen, was einen enorm hohen Stellenwert in seinem Leben hat. Nach seiner Auffassung sind trainierte, muskulöse Menschen erfolgreicher als Nicht-Trainierte. Dabei inspirieren ihn berühmte Personen – zum einen aufgrund der Art und Weise, wie sie trainieren, zum anderen aufgrund ihrer trainierten Körper und auch dafür, dass diese Personen in seinem Verständnis äusserst erfolgreich sind. Aus den Erzählungen von B4 geht hervor, dass er sich durch das intensive Muskeltraining Selbstbewusstsein «antrainiert» hat. Das war jedoch nicht immer so. In der Vergangenheit wurde er aufgrund seiner dünnen Waden gehänselt.

Es kann angenommen werden, dass diese verletzenden Erfahrungen die Hauptmotive für das exzessive Fitnesstraining darstellen. Sein neu gewonnenes Selbstbewusstsein durch den Muskelaufbau wirkt sich deutlich auf sein Selbstkonzept aus. Es liegt ihm viel daran, sich von schwächtigen Personen oder Personen mit gesundheitlichen Problemen zu distanzieren. Diese Aussage deutet darauf hin, dass diese Personen aus seiner Sicht weniger Wert, respektive schwach und weniger erfolgreich sind.

Um sein Ziel, mehr Muskelmasse aufzubauen, zu erreichen, trainiert er ausschliesslich mit Kraftgeräten. Vor dem Krafttraining nutzt er maximal zehn Minuten lang Ausdauergeräte, um seine «Gelenke einzuschmieren».

Die einzigen Wissensquellen, die für ihn eine Bedeutung haben, sind die ihm erfolgreich erscheinenden Personen. Wer, wie er es formuliert, «kein Tier» ist, von dem lasse er sich nichts sagen. Naheliegend ist demzufolge, dass lediglich jenes Fitnesspersonal, das seinem körperlichen Idealbild entspricht, einen Einfluss auf B4 hat. Er vermehrt sein Wissen online auf YouTube, bei Onlineseminaren oder lässt sich durch Personen inspirieren.

Dies erklärt auch sein einseitiges Fachwissen. Rund um das Thema Muskelaufbau verfügt er über ein breites Wissen, über differente fitnessnahe Themen scheint dieses tendenziell gering zu sein. B4 verwechselt Koordinationstraining mit Konditionstraining. B4 wurde bezüglich dieser Verwechslung aufgeklärt. Daraufhin erklärte er, dass Koordinationstraining lediglich einen Nutzen für verletzte oder kranke Personen habe.

Mit dem SensoPro assoziiert B4 ein Gerät für den Einsatz in der Physiotherapie. Zudem geht er davon aus, dass mindestens 30 Minuten auf dem SensoPro trainiert werden muss, um etwas zu erreichen. Obendrein ist zu erwähnen, dass sich B4 anfänglich nicht zum SensoPro äussern wollte und konnte. Überraschenderweise stellte sich zu einem späteren Zeitpunkt im Interview heraus, dass B4 den SensoPro dennoch ausprobiert hatte.

Daraus kann geschlossen werden, dass er sich für die Benutzung des SensoPro schämt. Er hat dem Interviewenden mehrfach verdeutlicht, dass er den SensoPro nur spasseshalber ausprobiert habe. Das Training auf dem Gerät habe ihm keine Freude gemacht hat, weil er mit dem SensoPro nie an seine Grenzen komme und es somit keine körperliche Herausforderung sei. Seinem Selbstkonzept entsprechend hat er ein Programm der schwierigsten Kategorie (siehe Abbildung 1) gewählt und war entsprechend überfordert.

Das Ausprobieren kann wie folgt zusammengefasst werden: Es war weitaus anstrengender und schwieriger als erwartet, B4 hat sich überschätzt, seine Muskeln brannten bereits nach kurzer Zeit, was der Herausforderung entspricht, die B4 bei anderen Trainingsgeräten sucht. Dennoch waren seine Schlussfolgerungen andere und er hat seitdem nie wieder mit dem SensoPro trainiert. B4 kann sich erst vorstellen mit dem SensoPro zu trainieren, wenn er eine «Gelenkkrankheit hat» oder wenn seine Idole damit trainieren würden.

Dieser Fall steht prototypisch für Fitnessbegeisterte, die den SensoPro ausprobierten, aber nicht nutzen. Zudem führen die Assoziationen und das Selbstkonzept zu einer Selbstüberschätzung. In solchen Fällen verleitet die Benutzeroberfläche des SensoPro dazu, zu schwere Programme auszuwählen, die nicht den Fähigkeiten von Fitnessbegeisterten entsprechen. Im Zuge dessen wird das Ausprobieren des SensoPro zu einem negativen Erlebnis, die Nutzung wird abgebrochen oder nicht erneut durchgeführt. Trotz seines angeblich grossen Selbstbewusstseins ist B4 bestrebt, unsicheren Situationen aus dem Weg zu gehen. Seine Angst, «dumm aussehen zu können», stellt eine bedeutsame Barriere in Bezug auf die Nutzung des SensoPro dar.

5.3 Kategorienbasierte Auswertung entlang der thematischen Subkategorien

In diesem Teil des Forschungsberichts werden die Ergebnisse für die Hauptkategorien *Zielgruppe* und *Sensopro* vorgestellt. Diese kategorienbasierte Auswertung orientiert sich an den gebildeten Subkategorien, die in der Summe jeweils alle codierten Textstellen einer Subkategorie umfassen. Anhand dieser inhaltlichen Präsentation der Ergebnisse wird das Datenmaterial einerseits stark resümiert und kann andererseits fallübergreifend ausdifferenziert werden. Im Verlauf schildert die Arbeit lediglich besonders relevante Aspekte.

5.3.1 Eigenschaften

Fitness ist nicht gleich Fitness

Einige trainieren erst einige Monate, andere seit mehr als sechs Jahren. Der Trainingsrhythmus der befragten Personen im Fitnessstudio liegt zwischen zwei und fünf Mal pro Woche. Über alle Fälle hinweg hat Fitness eine grosse Bedeutung und einen hohen Stellenwert. Nur in zwei Fällen ist ein bewusst gewählter Lebensstil damit verbunden, der mit allen Konsequenz gelebt wird. Für die männlichen Befragten steht Fitness primär im Zusammenhang mit körperlicher Weiterentwicklung, die in den meisten Fällen als Synonym für Muskelaufbau verstanden wird.

Zitat aus Interview mit B4, männlich, 23 Jahre alt:

«Für mich bedeutet Fitness, den eigenen Körper zu tunen. Also ein wenig auch an die eigenen Grenzen zu gehen. Und Fitness bedeutet für mich auch Erfolg.»

Auch bei den weiblichen Befragten ist die Modellierung des Körpers bedeutsam, die zusätzlich mit gesundheitlichen Aspekten abgerundet wird.

Zitat aus Interview mit B1, weiblich, 24 Jahre alt:

«Ja sicher eben, damit ich gesund bleibe. Nicht irgendwie eine Verletzung durchs Fitness und halt ein wenig den Körper zu definieren, sage ich jetzt einmal. Das ist sicher nicht schlecht, wenn man da etwas merkt jetzt vom Trainieren her.»

Neben den Fitnessbesuchen bleibt den Fitnessbegeisterten keine Zeit für weitere Hobbys. Aufgrund der beruflichen und schulischen Verpflichtungen hat die effiziente und flexible Freizeit- und Trainingsgestaltung bei Fitnessbegeisterten eine hohe Priorität.

5.3.2 Selbstkonzept

Stets im Vergleich mit dem Ideal/Idol

Es wird deutlich, dass der Vergleich zwischen dem idealen Selbstkonzept und dem realen Selbstkonzept eine äusserst grosse Bedeutung für den Forschungskontext hat. Je grösser die Diskrepanz aus diesem Vergleich, desto grösser auch der Einfluss auf das Verhalten von Fitnessbegeisterten. Die Ursachen sind in den meisten Fällen gesellschaftliche Schönheitsideale und soziale Vergleiche innerhalb des Fitnessstudios. Dabei sind die Quellen dieser Ursachen vielseitig. Oft sind sie in medialen Einflüssen verankert, können aber beispielsweise auch durch soziale Vergleiche im Schwimmbad entstehen. Fitnessbegeisterte haben eine eindeutige Vorstellung von ihrem körperlichen Idealbild. Das Erscheinungsbild einer jungen Frau sollte insgesamt trainiert und athletisch sein – vor allem die Beine, der Bauch und das Gesäss.

Zitat aus Interview mit B5: weiblich, 23 Jahre alt:

«Weil es halt so wie ein Idealbild von einer Frau ist. Man ist trainiert, man hat einen trainierten Po, Beine, einen trainierten Bauch. Ja, ich glaube es ist schon wegen dem.»

Analoges gilt für die männlichen Fitnessbegeisterten. Besonders bedeutsam sind ihnen die richtigen Proportionen mit definierten Muskelpartien. Das Idealbild der Männer bewegt sich zwischen bekannten Persönlichkeiten wie Cristiano Ronaldo und Thor, auf letzteren bezieht sich das nachfolgende Zitat.

Zitat aus Interview mit B6, männlich, 27 Jahre alt:

«Also die Aufteilung. Aber ich sage sicherlich die Proportionen, wo ich einfach krass finde bei ihm und trotzdem die Athletik, die er hat. Er ist nicht einfach nur aufgeblasen. Wo ich damals den Film gesehen habe, da musste ich sagen, wenn ich einmal so werde wie er. Wow. Das ist so ein wenig mein körperliches Vorbild, wenn du so willst.»

Über alle Fälle hinweg ist festzustellen, dass Personen mit einem weniger positiven Selbstkonzept in zahlreichen Situationen unsicherer sind und sensibler auf Einflüsse aus der Umwelt reagieren. Dies zeigt sich darin, dass Personen mit einem geringeren Selbstbewusstsein neue Übungen tendenziell zu Hause ausprobieren oder neue Trainingsgeräte nicht nutzen, oder lediglich dann, wenn das Fitnessstudio nicht frequentiert ist.

5.3.3 Trainingsmotive

Körperliche Weiterentwicklung/Annäherung an das Ideal/Idol

Die Gründe, weshalb Fitnessbegeisterte im Fitnessstudio trainieren, sind äusserst vielseitig. Das primäre Trainingsmotiv von Fitnessbegeisterten ist die Modellierung des eigenen Körpers, um dem individuellen Idealbild zu entsprechen. Dieses Trainingsmotiv ist eng an das Selbstkonzept gekoppelt. Ein weiteres elementares – über alle Fälle hinweg erkennbares – Trainingsmotiv ist der Aufbau des Selbstbewusstseins. Dieses steht obendrein im Zusammenhang mit der Annäherung an das ideale Selbstkonzept.

Zitat aus Interview mit B8, männlich, 20 Jahre alt:

«Körperliche Anstrengung. Körperliche Weiterentwicklung. Freude auch. Also ich mache es gern, ich komme regelmässig ins Fitness. Ja einfach so das Gefühl nach dem Fitness. Das ist für mich eigentlich so ein gutes Gefühl. Ein Gefühl, das mich selber auch aufbaut. Auch zum Thema Selbstvertrauen, also es steigert es.»

Die Verbesserung der sportlichen Leistungsfähigkeit steht nicht im Vordergrund. Zudem sind die Verhinderungen von Verletzungen oder gesundheitlichen Problemen sekundär.

5.3.4 Trainingsverhalten

Das Ideal definiert die *Points-of-Interest* am eigenen Körper

Das Trainingsverhalten von Fitnessbegeisterten orientiert sich stark an den Trainingsmotiven. In zahlreichen Fällen spiegelt sich darin die grundsätzliche Haltung zum Thema Fitness wider. Tendenziell gesundheitsorientierte Personen trainieren ganzheitlicher und öfters mit dem eigenen Körpergewicht, was in Bezug auf Fitnessbegeisterte eine Minderheit darstellt. Für die Modellierung des Körpers trainieren Frauen wie Männer mit den klassischen, eher statischen Fitnessgeräten. Dabei scheint die Prämisse, je mehr Gewicht, desto effektiver das Training respektive der Muskelaufbau, der allgemeinen Meinung zu entsprechen. Fitnessbegeisterte trainieren hauptsächlich mit Trainingsgeräten, von denen sie sich einen hohen Nutzen – in Bezug auf die Annäherung an ihr körperliches Idealbild – versprechen.

Ausdauertraining beschränkt sich in den meisten Fällen auf die Aufwärmphase. Genutzt wird diesbezüglich der Hometrainer, der Crosstrainer oder das Laufband. Jene Körperbereiche, die intensiver trainiert werden, entsprechen den idealtypischen, gesellschaftlichen Schönheitsidealen. Wie bereits erwähnt, trainieren weibliche Fitnessbegeisterte besonders den Bauch, die Beine und das Gesäss.

Zitat aus Interview mit B5, weiblich, 20 Jahre alt.

«Eigentlich schon Bauch, Po und Beine. Halt so die Zone wo bei der Frau Klassiker sind (lacht). Arme sollte ich eigentlich auch einmal aber mache ich nie so. Genau das sind eigentlich so die Sachen, wo ich einen Fokus darauflege.»

Die männlichen Befragten trainieren ganzheitlich Ober- und Unterkörper. Dabei werden jene Körperstellen fokussiert trainiert, bei denen die Teilnehmenden die grösste Diskrepanz zum Idealbild ausmachen.

Zitat aus Interview mit B8, männlich, 20 Jahre alt:

«Dort wo es noch am meisten braucht. Aber allgemein ich trainiere eigentlich alles drei Mal pro Woche. Aber einmal Arme und einmal Bauch also Rumpf. Also schwerpunktmässig. Und noch einmal Beine schwerpunktmässig.»

Die Mehrheit der Fitnessbegeisterten würde Koordination lediglich aufgrund einer Verletzung oder im Rahmen einer Physiotherapie trainieren – nur in einem Fall ist Koordinationstraining ein fester Bestandteil des Trainingsverhaltens (mehr dazu im Kapitel 5.3.6)

Abschliessend kann festgehalten werden, dass Fitnessbegeisterte Ausdauer- und Koordinationsstraining tendenziell als lästige Aspekte des Trainings empfinden, die ihnen keine Freude bereiten. Dementsprechend spielen diese Bereiche eine tendenziell untergeordnete Rolle im Trainingsverhalten von Fitnessbegeisterten.

5.3.5 Wissensquellen

Instagram liefert die Idole, YouTube & Experten die Trainings-Tipps

Fitnessbegeisterte informieren sich hauptsächlich online, in wenigen Fällen auch offline. Die relevanteste Wissensquelle stellt YouTube dar. Dennoch konnten keine bestimmten Kanäle auf YouTube identifiziert werden, vielmehr nutzen Fitnessbegeisterte die Suchfunktion auf dieser Plattform. Zudem spielt Instagram als Wissensquelle eine eher sekundäre Rolle. Dennoch hat Instagram einen erheblichen Einfluss auf die Zielgruppe und liefert Vorbilder und Idole von Fitnessbegeisterten.

Zitat aus Interview mit B1, weiblich, 24 Jahre alt:

«Ich bin oft im Internet auf YouTube. Da schaue ich auch so die Videos und lasse mich inspirieren durch irgendwelche Übungen wo sie machen.»

Das Umfeld von Fitnessbegeisterten ist eine bedeutsame, aber dennoch sekundäre Wissensquelle. Dabei umfasst das Umfeld andere Trainierende, Freundinnen und Freunde, aber auch das Fitnesspersonal. Erwähnenswert ist in diesem Zusammenhang, dass das Fitnesspersonal nur in den wenigsten Fällen als Informationsquelle genutzt wird. Die Gründe sind vielseitig und reichen von „kein Bedarf“ bis hin zu, dass sich Fitnessbegeisterte nicht trauen, das Fitnesspersonal anzusprechen.

Zitat aus Interview mit B1, weiblich, 24 Jahre alt:

«Ist noch schwierig zum Sagen. Einerseits ich kann es nicht so genau sagen. Irgendwie habe ich also fast so (.) also vielleicht zu wenig Mut hinzugehen und zu sagen, „hey kannst du mir das einmal zeigen“. Eine Übung jetzt für das oder das. Es ist wahrscheinlich der Mut wo fehlt.»

In zehn von zehn Fällen erreichen die Marketingaktivitäten der SensoPro AG die Zielgruppe der Fitnessbegeisterten weder auf Social-Media-Plattformen noch im Internet.

Zitat aus Interview mit B10, weiblich, 16 Jahre alt:

«Nein nein, noch nie. Also TRX siehst du viel aber SensoPro, nein noch nie.»

5.3.6 Kontextwissen

Unsicherheiten bis hin zu Verwechslungen bei Begriff Koordinationstraining

Für die Breite und Tiefe des Kontextwissens sind drei Indikatoren massgeblich. Ein vertieftes Kontextwissen haben zum einen jene Personen, die früher eine differente Sportart ausgeübt haben und zum anderen jene Personen, die grundsätzlich interessiert an der Thematik sind und eine äusserst hohe intrinsische Trainingsmotivation aufweisen.

Zitat aus Interview mit B6, männlich, 27 Jahre alt:

«Andererseits interessiert mich die ganze Thematik auch sehr. Und wenn es dich interessiert dann lernst du schnell. Es ist halt das Interesse wo es ausmacht, dass ich mittlerweile so viel weiss.»

Dennoch unterscheidet sich das Kontextwissen bei den Fitnessbegeisterten stark. In Zusammenhang mit der Forschungsfrage ist besonders das Wissen – respektive in zahlreichen Fällen das Unwissen – über Koordinationstraining interessant. Fitnessbegeisterte setzen den Begriff Koordination in zahlreichen Fällen mit Gleichgewicht oder Stabilität gleich. Ferner wird Koordinationstraining in fünf von zehn Fällen mit Konditionstraining verwechselt.

Zitat aus Interview mit B4, männlich, 24 Jahre alt:

«Koordination das habe ich eigentlich im Militär gemacht. Also hat es so ein wenig mit Ausdauer zu tun?»

Zum Thema Koordination ist bei den Fitnessbegeisterten ein hoher Aufklärungsbedarf auszumachen. Lediglich eine Person hat Kenntnis über den Nutzen und die Bedeutung von Koordinationstraining.

Zitat aus Interview mit B8, männlich, 27 Jahre alt:

«Also, dass du sie A sauber machst und B spürst, dass du die richtige Muskelpartie überhaupt ansteuerst. Weil viele Übungen kannst du falsch machen und dann ist sie einfach für nichts.»

5.3.7 Assoziationen mit SensoPro

Ein Gerät für andere (ältere Personen, Frauen, Verletzte – nicht für Leistungssportler)

Fitnessbegeisterte assoziieren mit dem SensoPro primär ein Trainingsgerät für ältere Personen, Frauen und Verletzte und können sich nicht vorstellen, dass damit auch Leistungssportler trainieren. Dieses Bild entspricht der verbreiteten Meinung von Fitnessbegeisterten – insbesondere aber von jenen, die den SensoPro noch nie ausprobiert haben.

Zitat aus Interview mit B5, weiblich, 23 Jahre alt:

«Also jemand Älteres. Wo vielleicht auch noch in die Physio geht, wo sich irgendwie erholen muss an einem Körperteil oder regenerieren.»

Zitat aus Interview mit B6, männlich, 27 Jahre alt:

«Es sind die Bewegungen. Weil wenn du zusiehst, sieht das so easy aus. Dort so ein wenig draufstehen und ein wenig an den Seilen ziehen. Von aussen hast du das Gefühl, das ist vermutlich nicht so streng. Und wenn du es dann einmal selbst machst dann kommst du einfach auf die Welt. Am Anfang habe ich halt auch nur Frauen gesehen wo darauf trainieren. Das spielt sicher auch eine Rolle.»

Die beiden Zitate demonstrieren, dass dieses Bild nicht an das Gerät gekoppelt ist, sondern vielmehr an jene Personen, die mit dem SensoPro trainieren. Dieser Umstand zeigt sich auch darin, dass Fitnessbegeisterte den SensoPro als ein spannendes und intelligentes Trainingsgerät – ohne offensichtliche optische Mängel – wahrnehmen.

Zitat aus Interview mit B4, männlich, 23 Jahre alt:

«Also ich muss sagen vom optischen passt es einfach. Also es sieht gut aus. Ich sehe da keine Mängel.»

Fitnessbegeisterte, die nicht oder nicht regelmässig mit dem Gerät trainieren, assoziieren keinen oder einen geringen Nutzen in Bezug auf das Krafttraining – vor allem, weil sie der Meinung sind, dass ohne zusätzliches Gewicht kein effektives Krafttraining möglich ist.

Zitat aus Interview mit B5, weiblich, 20 Jahre alt:

«Ich glaube der Grund, warum ich es jetzt auch nicht so einsetzte ist, also, ich habe gerne auch ein wenig mit Gewicht. Das man wirklich die Muskeln spürt, wie es anstrengend ist. Vielleicht geht das mit dem SensoPro auch aber das Gewicht fehlt. Ich denke es ist dann eher für die Ausdauer gut.»

5.3.8 Nutzung durch Andere

Beobachtung von älteren, nicht vorbildhaften Nutzern

Die zuvor beschriebenen Assoziationen im Kapitel 5.3.7 sind grösstenteils ein Abbild von anderen Personen, die mit dem SensoPro trainieren. Vor allem die älteren Personen fallen der jüngeren Zielgruppe durch ihre langsamen und steifen Bewegungen auf. Fitnessbegeisterte gehen aufgrund dieser Beobachtungen davon aus, dass für ein effektives Training mit dem SensoPro Trainingseinheiten von über 30 Minuten notwendig sind.

Zitat aus Interview mit B8, männlich, 20 Jahre alt

«Wenn man den Alten zuschaut, dann sieht man wie sie sich so langsam bewegen. Es sieht schlau aus, es sieht interessant aus. Aber selber denkt man, nein, da gehe ich sicher nicht drauf.»

Zudem würden andere Personen beim Training auf dem SensoPro lustig oder unvorteilhaft aussehen. Diese Wahrnehmung bezieht sich einerseits auf die Übungen – respektive die Bewegungen – auf dem Gerät, andererseits scheinen die Personen unbeholfen zu wirken, weil es ihnen oftmals schwerfällt, die Balance zu halten.

Zitat aus Interview mit B5, weiblich, 24 Jahre alt:

«Ja es sind halt zum Teil schon noch so Spezielle. Also wenn du jetzt nur zuschaust und nicht weisst, was der jetzt auf diesem Gerät macht, dann sieht es vielleicht schon ein wenig speziell aus. Halt so das optische. Und das ist auch wieder, dass man sich durch das so ein wenig bremsen lässt, was ja eigentlich blöd ist.»

Durch diese Beobachtung hat sich bei den Fitnessbegeisterten ein unvorteilhaftes Bild verankert, wodurch viele der identifizierten Spannungsfelder zwischen den Fitnessbegeisterten und dem SensoPro ausgemacht werden können. Die Beobachtung anderer Personen verleitet Fitnessbegeisterte generell zur Selbstüberschätzung, wodurch die ersten Erfahrungen auf dem SensoPro zu einer negativen Erfahrung werden.

Zitat aus Interview mit B4, männlich, 23 Jahre alt:

«Ich bin ehrlich, also es ist schon ein wenig anstrengend. Ich habe halt einfach so aus Spass einfach mal geschaut so ein Anstrengendes zu wählen. So im Sinne los ig mache Fitness. Also was will ich da (lacht).

Darum habe ich ein Fortgeschrittenes genommen. Und potz heilandtonner. Es sind nur kleine Bewegungen und Übungen. Das sind so Muskeln, die spürst du sonst nicht.»

5.3.9 Nutzung durch Fitnessbegeisterte

Nicht intuitiv aber vielseitig, zum Aufwärmen oder Bauch-Beine-Po Training

Jene Personen, die mit dem SensoPro trainieren, nutzen den SensoPro aufgrund der Empfehlung durch das Fitnesspersonal oder aus dem Trainingsumfeld. Fitnessbegeisterte, die den SensoPro ausprobiert haben oder damit trainieren, erleben das Training auf dem SensoPro als äusserst herausfordernd und weitaus komplexer, als sie sich das vorgestellt haben. Die Vielseitigkeit und die Möglichkeit, die Tiefenmuskulatur zu trainieren, sind die wesentlichsten Vorteile gegenüber anderen Trainingsgeräten. Die Verbesserung der koordinativen Fähigkeiten spielt als Motiv eine eher untergeordnete Rolle, ist aber ein willkommener Nebeneffekt. Dies zeigt sich darin, dass Fitnessbegeisterte hauptsächlich mit dem Bauch-Beine-Po-Programm trainieren. Andere Trainingsprogramme werden dabei selten ausprobiert.

Zitat aus Interview mit B6, männlich, 27 Jahre alt:

«Einerseits das grobe Programm da ah wie heisst es so ein Intensives. Wie heisst es jetzt (..) Bauch Beine Po da sterbe ich jedes Mal fast. Das. Und manchmal einfach auch. Also ich gehe einfach drauf, wenn ich gar nicht die Beine trainiere einfach zum Lockern. Also du kannst das ja ansteuern wie du möchtest. Du kannst es auch nur wenig bewegen, dann löst es dir die Muskulatur. Ich finde es wirklich cool.»

In zwei Fällen fungiert der SensoPro als ein Ersatz für Ausdauergeräte in der Aufwärmphase – vor allem, weil die Nutzung des SensoPro mit mehr Spass verbunden und abwechslungsreicher ist, als beispielsweise das Training mit dem Home- oder Crosstrainer.

Zitat aus Interview mit B3, weiblich, 22 Jahre alt:

«Ich fahre nicht gerne Velo. Und für die Ausdauer ist es halt mega cool. Also ich bin jetzt halt wirklich nicht die, die auf dem cycle ist und eine halbe Stunde fährt. Und fahre auch sonst nicht Velo.»

Verunsichernd, herausfordernd und negative Reaktionen aus dem Trainingsumfeld

Es wird deutlich, dass beim Training mit dem SensoPro die Interaktion mit dem Trainingsumfeld auf unterschiedliche Art erlebt wird als mit anderen Trainingsgeräten. Dies ist vor allem auf die Grösse und die Neuheit des Fitnessgerätes zurückzuführen und bewirkt, dass sich Fitnessbegeisterte beim Training mit dem SensoPro unsicher fühlen. Durch die Bewegungen und die Schwierigkeit, die Balance zu halten, wird dieses Gefühl zusätzlich verstärkt, während Fitnessbegeisterte Angst haben, sich „zum Affen zu machen“.

Zitat aus Interview mit B5, weiblich, 20 Jahre alt

«Also am Anfang hat man sich so ein wenig blöd gefühlt. Ich denke das ist auch ein Grund, warum viele einfach nicht darauf gehen. Weil sie das Gefühl haben, ja mit diesen Gummibändern und dann machst du so blöde Übungen so. Ja sind halt nicht Hanteln.»

Zudem riskieren jene Fitnessbegeisterte, die mit dem SensoPro trainieren, negative Kommentare aus dem Trainingsumfeld. Ausschliesslich Fitnessbegeisterte mit einem gesunden Selbstbewusstsein werden das Gerät nach derartigen Erfahrungen ausprobieren oder weiterhin damit trainieren.

Zitat aus Interview mit B6, männlich, 27 Jahre alt:

«Ja natürlich ja (lacht). Ja, zuerst lachen sie und sagen „was machst denn du da?“ und dann erzähle ich. Und dann fragen sie „ja ist das wirklich so streng?“. Und dann sage ich „Komm“. Ich habe es schon zwei bis drei Mal einem gezeigt und dann haben sie gesagt „Scheisse, das kann ich nicht, das mache ich nicht“ und dann sind sie einfach wieder an ihr Gerät.»

Nachfolgend werden in der Abbildung 7 die bedeutsamsten Ergebnisse der kategorienbasierten in Form einer *Persona* visualisiert.

Fitnessbegeisterte



Alter: 16–29
Beruf: Büro, Bau, Ausbildung
Geschlecht: Unisex
Kanton: Bern
Regionen: Münsingen und Frutigen

Eigenschaften

Fitness hat eine grosse Bedeutung und einen hohen Stellenwert. Neben den Fitnessbesuchen bleibt den Fitnessbegeisterten keine Zeit für weitere Hobbys.

Selbstkonzept

Orchestriert kontextübergreifend das Verhalten von Fitnessbegeisterten.

Idealbild Frau:
 Trainiert und athletisch, vor allem Bauch-Beine-Po

Idealbild Mann:
 Richtige Proportionen und definierte Muskelpartien (etwas zwischen Cristiano Ronaldo und Thor)

Take-Home-Message

Der Trainingsrhythmus im Fitnessstudio liegt zwischen 2 und 5 Mal pro Woche. Aufgrund der beruflichen und schulischen Verpflichtungen hat die effiziente und flexible Freizeit- und Trainingsgestaltung bei Fitnessbegeisterten eine hohe Priorität. Daher trainieren Fitnessbegeisterte hauptsächlich mit Trainingsgeräten, von denen sie sich einen hohen Nutzen – in Bezug auf die Annäherung an ihr körperliches Idealbild – versprechen. Deshalb trainieren sie mit den klassischen, eher statischen Fitnessgeräten. Ausdauer- und Koordinationstraining werden tendenziell als lästige Aspekte des Trainings empfunden.

Trainingsmotive

Modellierung des Körpers

Aufbau von Selbstbewusstsein

Ventil für jegliche Energie

Verbesserung der sportlichen Leistungsfähigkeit

Prävention von Verletzungen

Trainingsverhalten

Allgemeingültige Prämisse: Je mehr Gewicht, desto effektiver das Training respektive der Muskelaufbau.

- vor allem mit statischen Fitnessgeräten
- Mit eigenem Körpergewicht
- Ausdauertraining nur in Aufwärmphase
- Koordinationstraining nur im Rahmen einer Verletzung oder Physiotherapie

Wissensquellen

YouTube

Instagram (liefert Idole)

Fitnesspersonal

Professionelle Coaches

Kontextwissen

- Grosse individuelle Unterschiede
- Koordination = Gleichgewicht & Stabilität
- Koordination wird mit Kondition verwechselt

SensoPro Assoziationen

- Für Alte, Frauen und Verletzte
- nicht für Leistungssportler
- feminine Bewegungen
- nicht effektiv weil keine Gewichte
- nicht intuitiv
- Aufwärmgerät

Abbildung 7. Persona Fitnessbegeisterte, eigene Darstellung

5.4 Verdichtung der Barrieren und Motive anhand der Kreuztabelle

Dieses Kapitel verdichtet die bisherigen Erkenntnisse aus den Fallzusammenfassungen und Einzelfallinterpretationen sowie der Analyse anhand der thematischen Subkategorien in einer Kreuztabelle. Diese Verdichtung baut auf den Erkenntnissen aus den Kapiteln 5.2 und 5.3 auf. Aus Gründen der Redundanz werden die hier beschriebenen Barrieren und Motive inhaltlich lediglich umrissen. Ferner werden lediglich die relevantesten, die aufgrund einer vereinfachten quantitativen Auszählung innerhalb der Nennungen ausgewählt wurden, erläutert. Die dabei grösste festzustellende Barriere besteht darin, dass Fitnessbegeisterte primär ältere Personen beobachten, die mit dem SensoPro trainieren. In zahlreichen Fällen führt diese Beobachtung dazu, dass der SensoPro nicht ausprobiert wird.

Weil mehrheitlich Frauen mit dem SensoPro trainieren und die Bewegungen tendenziell feminin aussehen, sind Fitnessbegeisterte der Meinung, dass der SensoPro ein Gerät für Frauen ist. Diese Auffassung hat zur Folge, dass insbesondere die männlichen Teilnehmenden nicht mit dem SensoPro trainieren.

Eine weitere häufig genannte Barriere besteht darin, dass andere Trainierende bei der Nutzung des SensoPro unvoreilhaft aussehen. Für zahlreiche Personen ist diese Barriere derart gross, dass der SensoPro erst gar nicht ausprobiert wird. Um sich nicht zu blamieren, trainieren die mutigeren Fitnessbegeisterten auch nur dann damit, wenn wenig Leute im Fitnessstudio sind. In den wenigstens Fällen kann diese Barriere nachhaltig überwunden werden.

Beim Krafttraining ohne zusätzliche Gewichte fehlt den Fitnessbegeisterten ein wahrnehmbarer Reiz. Die verbreitete Meinung ist, dass ohne zusätzliche Gewichte kein effektives Krafttraining möglich ist. Aufgrund dieser Barriere probieren zahlreiche Fitnessbegeisterte das Gerät nicht aus und trainieren bevorzugt auf bereits bekannten und bewährten Trainingsgeräten.

Die beobachtete vermeintliche Leichtigkeit bei anderen Personen, die mit dem SensoPro trainieren, und die Überbewertung der eigenen Fähigkeiten führen zu einer weiteren Barriere. Die Selbstüberschätzung der Fitnessbegeisterten bedingt schliesslich, dass beim Ausprobieren des SensoPro anspruchsvolle Programme getestet werden. Im Zuge dessen wird der SensoPro als negativ empfunden, wodurch das Training auf diesem Gerät nicht weitergeführt wird.

Konnten die vorhandenen Barrieren erfolgreich überwunden werden, verwenden Fitnessbegeisterte bevorzugt das Bauch-Beine-Po-Programm. Insbesondere für die weiblichen Teilnehmenden stellt dies ein grundsätzliches Trainingsmotiv dar.

Ein häufig genanntes Motiv ist zudem die Vielseitigkeit. Fitnessbegeisterte nutzen den SensoPro nicht primär für das Training der Koordination, sondern aufgrund der Kombination von Kraft, Ausdauer und Koordination.

Ein weiteres Motiv stellt die Nutzung als Aufwärmgerät dar. Fitnessbegeisterte trainieren ungern mit den Ausdauergeräten und bevorzugen deshalb das abwechslungsreichere Training auf dem hier analysierten Gerät.

Die Möglichkeit, die Tiefenmuskulatur zu trainieren, ist im Vergleich zu anderen Trainingsgeräten ein bedeutsames Motiv für die Nutzung des SensoPro. Für Fitnessbegeisterte ist das Training aus diesem Grund eine willkommene Abwechslung zum statischen Krafttraining. Ein elementares Motiv für die Überwindung der Barrieren sind die Empfehlungen des Fitnesspersonals. Jene Fitnessbegeisterte, die mit dem SensoPro trainieren, haben das Gerät primär im Rahmen eines Einführungs- oder Kontrolltrainings ausprobiert.

Die Ergebnisse dieses Analyseschritts werden nachfolgend in der Tabelle 8 zusammengefasst. Eine vollständige Übersicht aller Barrieren und Motive für die Nutzung des SensoPro ist dem Anhang O zu entnehmen.

Tabelle 8
Zusammenstellung der Top-5-Barrieren und Motive, eigene Darstellung 2019

	Titel	Zuordnung Kategorie	Beschreibung	Auswirkung	Lösungsansatz
Barrieren	Gerät für Alte	Nutzung durch Andere	Konflikt mit Selbstkonzept: Wahrnehmung als Gerät für Alte	TN probieren den SP nicht aus	Durch Marketingkommunikation Beobachtbarkeit für ZG erhöhen
	Gerät für Frauen	Nutzung durch Andere	Konflikt mit Selbstkonzept: TN nehmen Bewegungen auf SP als feminin wahr	TN (Männer) probieren den SP nicht aus	Durch Marketingkommunikation Beobachtbarkeit für männliche ZG erhöhen
	Andere sehen unvorteilhaft aus	Nutzung durch Andere	Konflikt mit Selbstkonzept: TN wollen sich nicht blamieren	TN nutzen SP nicht / selten / nur wenn wenig Leute im Studio sind	Angepasste Programmzusammensetzung für Fitnessstudios, andere Übungen
	Training ohne Gewichte	Assoziationen	Konflikt mit Trainingsmotive: TN zweifeln an Effektivität von SP, weil keine Gewichte	TN nutzen andere Trainingsgeräte	Aufzeigen des relativen Nutzens in Marketingkommunikation, Live-Demonstrationen
	Selbstüberschätzung	Nutzung durch Andere	Konflikt mit Selbstkonzept: TN überschätzen die eigenen Fähigkeiten und unterschätzen den SP	Ausprobieren des SP wird zu negativer Erfahrung, wird nicht mehr genutzt	Durch Anpassung der Benutzeroberfläche Kompatibilität erhöhen und Komplexität reduzieren
Motive	Bauch-Beine-Po Training	Selbstkonzept	Bauch-Beine-Po-Programm bietet TN einen relativen Nutzen	TN nutzen SP	In Marketingkommunikation einbinden, Kompatibilität mit ZG erhöhen
	Vielseitigkeit	Trainingsverhalten	Kraft kombiniert mit Ausdauer und Koordination zu trainieren, bietet TN einen relativen Vorteil	TN nutzen SP	In Marketingkommunikation einbinden, Kompatibilität mit ZG erhöhen
	Ersatz für Ausdauergeräte	Trainingsverhalten	Spassfaktor und abwechslungsreiches Training bietet TN einen relativen Vorteil	TN nutzen SP als Aufwärmgerät	In Marketingkommunikation einbinden, Kompatibilität mit ZG erhöhen
	Training der Tiefenmuskulatur	Trainingsverhalten	Training der Tiefenmuskulatur bietet TN einen relativen Vorteil	TN nutzen SP als Ausgleich zu statischen Kraftgeräten	In Marketingkommunikation einbinden, Kompatibilität mit ZG erhöhen
	Empfehlung durch Dritte	Wissensquellen	Fitnesspersonal hilft TN, die Barrieren zu überwinden.	TN probieren SP aus	Ergebnisse dieser Arbeit in SP Schulung einbinden

Anmerkungen. TN steht für Teilnehmende, SP steht für SensoPro, ZG steht für Zielgruppe.

5.5 Deduktive Kontextualisierung anhand des Adaption-Entscheidungs-Prozesses
 Mithilfe dieses Analyseschritts wird die ansonsten induktive Vorgehensweise bei der Datenanalyse anhand des Adaption-Entscheidungs-Prozesses deduktiv kontextualisiert. Kapitel 5.2 hat zuvor vier prototypische Fallzusammenfassungen und Einzelfallinterpretationen vorgestellt. Anhand dieser Fälle wird nachfolgend beispielhaft aufgezeigt, in welchen Phasen die Adaption des SensoPro scheitert oder erfolgreich adaptiert wird. Aus Gründen der Redundanz wird an dieser Stelle nicht auf die einzelnen Fälle eingegangen, da diese in Kapitel 5.2 detailliert beschrieben wurden.

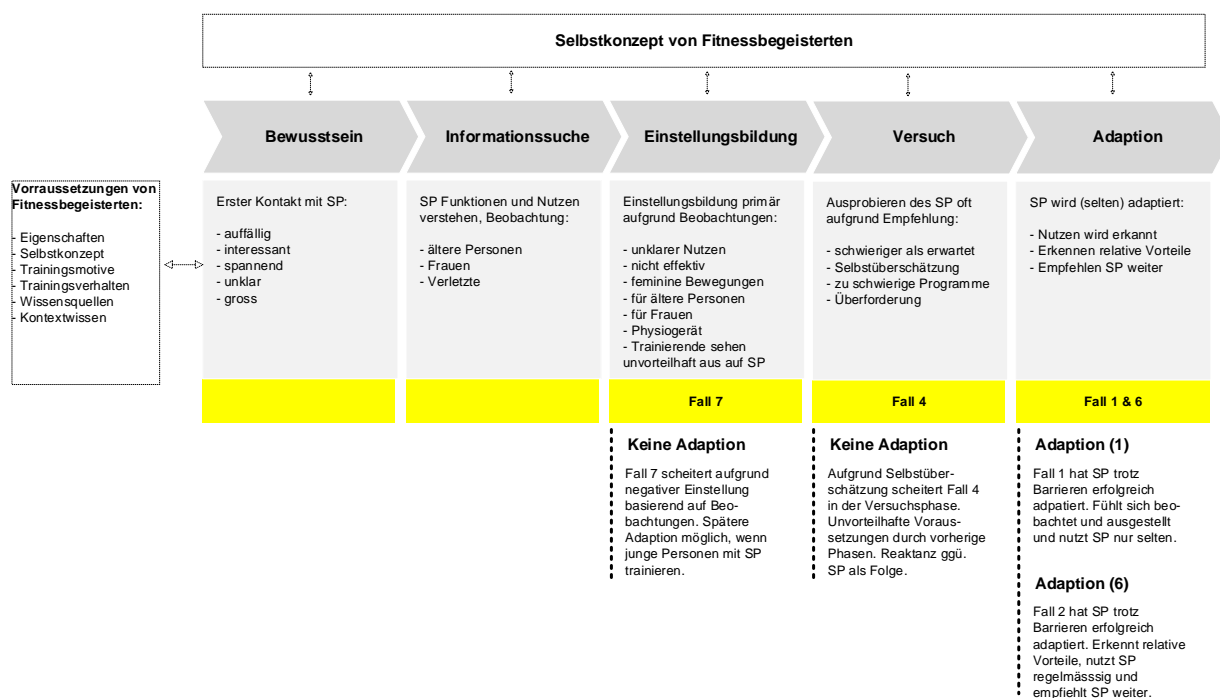


Abbildung 8. Schaubild Kontextualisierung von Fitnessbegeisterten anhand des Adaptionsprozesses des SensoPro, eigene Darstellung

Abbildung 8 (Originalbild vgl. Anhang P) veranschaulicht die Kontextualisierung des Adaptionsprozesses des SensoPro anhand vier prototypischer Fälle. Aufgrund seiner Grösse und seines Designs sticht der SensoPro im Vergleich zu anderen Trainingsgeräten heraus und zieht die Aufmerksamkeit von Fitnessbegeisterten auf sich. Die positiven Facetten sind, dass er spannend und interessant aussieht, Funktionen und Nutzen scheinen hingegen eher unklar. Der SensoPro ist für Fitnessbegeisterte nicht intuitiv verständlich. Dabei werden andere Trainierende beobachtet, um den SensoPro besser zu verstehen. Da die Fitnessbegeisterten mehrheitlich ältere Personen, Frauen und Rekonvaleszente auf dem SensoPro beobachten, entwickeln sie ein tendenziell unvorteilhaftes Bild.

Dies ist insofern paradox, weil die hohe Beobachtbarkeit grundsätzlich ein bedeutsames Kriterium für eine erfolgreiche Adaption darstellt. Da sich die Informationssuche bei Fitnessbegeisterten auf die Beobachtung anderer beschränkt – auch weil die Marketingkommunikation der SensoPro die Zielgruppe nicht erreicht – entwickelt sich in zahlreichen Fällen eine einseitige, negative Einstellung gegenüber dem SensoPro. Dies führt – wie in Fall 7 – dazu, dass der SensoPro nicht ausprobiert wird und die Adaption in der Phase der Einstellungsbildung scheitert. Häufig wird der SensoPro im Rahmen eines Einführungs- oder Kontrolltrainings getestet. Somit hat das Fitnesspersonal einen erheblichen Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit, dass der SensoPro überhaupt ausprobiert wird. Wird der SensoPro aus eigener Motivation getestet, kann die erste Erfahrung wie in Fall 4 zu einem negativen Erlebnis führen, womit dieser als Folge nicht weiter benutzt wird. Hier scheitert die Adaption in der Versuchsphase, die Person bildet eine ablehnende Haltung und entwickelt eine spürbare Reaktanz gegenüber dem SensoPro. Wird die Versuchsphase jedoch als positiv bewertet, kann wie in Fall 1 und 6 der SensoPro erfolgreich adaptiert werden. Wie oft der SensoPro im Anschluss genutzt wird, steht im Zusammenhang mit dem erkennbaren Nutzen für die Fitnessbegeisterten und den relativen Vorteilen (entsprechen mehrheitlich den Motiven). Analog zu Fall 1 haben die formulierten Barrieren – trotz erfolgreicher Adaption des SensoPro – einen Einfluss auf das Verhalten. Deshalb wird – wie in Fall 1 – nur selten oder nur dann, wenn wenig Leute im Fitnessstudio sind, mit dem SensoPro trainiert. Aus Sicht des Praxispartners stellt Fall 6 den Idealfall dar. Trotz negativer Reaktionen aus dem Trainingsumfeld wird regelmässig mit dem SensoPro trainiert, zusätzlich wird der SensoPro anderen Trainierenden weiterempfohlen.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass diverse Barrieren und Motive resultierend aus den individuellen Voraussetzungen von Fitnessbegeisterten (siehe Abbildung 8) bereits im Vorfeld auf den Adaptionsprozess einwirken. Zudem entstehen und verändern sich Barrieren und Motive entlang des Adaptionsprozesses. Dabei findet ein konstanter Abgleich der Erfahrungen mit dem Selbstkonzept statt. Abschliessend ist festzuhalten, dass der lineare Adaptionsprozess lediglich dem idealtypischen Verlauf entspricht. In der Realität ist der Adaptionsprozess tendenziell iterativ, in dem einzelne Phasen übersprungen oder wiederholt werden können.

6 Diskussion

Anhand der vorliegenden Forschungsarbeit sollten fördernde (Motive) und hemmende (Barrieren) Faktoren für die Nutzung des SensoPro durch Fitnessbegeisterte identifiziert werden. Dabei muss grundsätzlich die Frage beantwortet werden, ob die in dieser Forschung berücksichtigte Zielgruppe überhaupt als potentielle Nutzende des SensoPro in Frage kommen. Es kann an dieser Stelle bereits vorweggenommen werden, dass die Frage aufgrund des erhobenen Datenmaterials mit einem Ja beantwortet werden kann – allerdings nur unter der differenzierten Betrachtung verschiedener beeinflussender Faktoren. Aufgrund der Tatsache, dass sich Teilnehmende, die mit dem SensoPro trainieren, schwer rekrutieren liessen, verdeutlicht, dass der SensoPro bei der Zielgruppe der Fitnessbegeisterten im Moment noch unpopulär ist – vor allem aufgrund der Tatsache, dass der SensoPro nicht zum Selbstkonzept von Fitnessbegeisterten passt. Für den Grossteil der Zielgruppe stellt der SensoPro ein Trainingsgerät für ältere Personen, Frauen und Rekonvaleszente dar. Das Selbstkonzept von Fitnessbegeisterten orchestriert kontextübergreifend das Verhalten der Zielgruppe. Dies konnte eindrücklich anhand der kategorienbasierten Auswertung in Kapitel 5.3 aufgezeigt werden. Konkret konnte festgestellt werden, dass die Kategorien Trainingsmotive (vgl. Kapitel 5.3.3) und Trainingsverhalten (vgl. Kapitel 5.3.4) einer Manifestation des Selbstkonzeptes im Verhalten von Fitnessbegeisterten gleichkommen. Eine mögliche Erklärung für dieses Ergebnis liefert das in Kapitel 3.2 vorgestellte Modell von Hawkins & Mothersbaugh (2016). In diesem Modell wird die Auswirkung auf das Verhalten anhand differenter externaler und internaler Einflüsse auf das Selbstkonzept beschrieben. Dem Selbstkonzept wird in diesem Modell eine zentrale Rolle zugeschrieben, die sich anhand der Ergebnisse dieser Forschungsarbeit bestätigen lässt.

Die Ergebnisse bestätigen zudem die Annahme (vgl. Kapitel 1), dass der Nutzen des SensoPro nicht ausreichend intuitiv erkennbar ist. Daher ist in diesem Zusammenhang erwähnenswert, dass der SensoPro nicht explizit als Koordinationsgerät wahrgenommen wird. Dennoch ist Möglichkeit, die eigene Koordination zu trainieren, in den meisten Fällen ein willkommener Nebeneffekt, aber nicht der Grund für die Nutzung des SensoPro. Jene Fitnessbegeisterte, die den SensoPro nutzen, sehen darin eher eine Möglichkeit, Kraft kombiniert mit Ausdauer und Koordination zu trainieren. Dieses Resultat kann anhand der Kategorien Wissensquellen (vgl. Kapitel 5.3.5) und Kontextwissen (vgl. Kapitel 5.3.6) erklärt werden. Zum einen erreicht die Marketingkommunikation der SensoPro AG nicht wie gewünscht die Zielgruppe der Fitnessbegeisterten, zum anderen verfügen letztere lediglich

punktuell über Kontextwissen. Deutlich aufgezeigt werden kann dies am Aufklärungsbedarf bezüglich Koordinationstraining. Dieser ist erwähnenswert hoch, denn in den meisten Fällen konnten sich die Befragten unter dem Begriff nichts vorstellen oder hatten dahingehend falsche Vorstellungen. Zudem besteht eine hohe Verwechslungsgefahr mit dem Begriff Kondition, was erklären könnte, dass Fitnessbegeisterte im SensoPro eher ein Ausdauer- als ein Koordinationsgerät sehen.

Wie zuvor erwähnt, wird der SensoPro lediglich in den seltensten Fällen erfolgreich adaptiert. Dieser Umstand bedeutet jedoch nicht, dass der SensoPro kein Potential bei dieser Zielgruppe hat. Die Barrieren sind derzeit noch zu gross, wodurch der Adaptionsprozess in den meistens Fällen in der Phase der Einstellungsbildung scheitert. Hoyer et al., (2018) gehen davon aus, dass die hohe Beobachtbarkeit und Testbarkeit einer Innovation bedeutende Faktoren in Bezug auf die Adaptionswahrscheinlichkeit darstellen. Daher zeigen die Ergebnisse dieser Arbeit einen weiteren wichtigen Aspekt dieser Faktoren auf. Wie in Kapitel 5.5 dargestellt, kann die negative Einstellungsbildung teilweise auf die Beobachtung von unvoreilhaftem Verhalten der Benutzer des SensoPro zurückgeführt werden. Wenn der SensoPro ohne Instruktion durch das Fitnesspersonal ausprobiert wird, erhöht sich zudem das Risiko, dass die Adaption in der Versuchsphase scheitert – vor allem, weil sich Fitnessbegeisterte hinsichtlich der eigenen Fähigkeiten überschätzen und das Ausprobieren des SensoPro dahingehend zu einer negativen Erfahrung führt.

Trotz allen Barrieren und der Tatsache, dass der SensoPro bei Fitnessbegeisterten momentan unbeliebt ist, empfiehlt der Forschende dem Praxispartner, sich der Marktbearbeitung dieser Zielgruppe anzunehmen. Der Forschende stützt sich bei dieser Aussage erstens auf die Ergebnisse der beiden prototypischen Fälle, die für die erfolgreiche Adaption des SensoPro stehen, und zweitens auf die Motive (vgl. Tabelle 8), die anhand dieser Fälle abgeleitet werden konnten.

Mögliche Ansätze, wie die Ergebnisse dieser Forschungsarbeit in der Praxis umgesetzt werden könnten, liefern Hoyer et al., (2018). In diesem Zusammenhang wurden in Kapitel 3.1 die theoretischen Grundlagen diskutiert und in Kapitel 5.4 bereits in einen lösungsorientierten Kontext eingebunden. Die Ergebnisse dieser Arbeit haben gezeigt, dass in den meisten Fällen die relativen Vorteile des SensoPro nicht wahrgenommen werden. Durch diese Beobachtungen und auch dadurch, dass der SensoPro nicht intuitiv zu verstehen ist, wird er als nicht kompatibel und zu komplex wahrgenommen.

Deshalb empfiehlt der Forschende, dass auf dem Hintergrund dieser Forschungsarbeit unterschiedliche Massnahmen für die Marketingkommunikation ausgearbeitet werden. Dabei sollten die identifizierten Motive (Bauch-Beine-Po Training, Vielseitigkeit, Ersatz für Ausdauergeräte, Training der Tiefenmuskulatur) als relative Vorteile kommuniziert werden. Ferner können Personen oder Idole in Form von Brand-Ambassadoren oder Influencern eingesetzt werden, die dem Selbstkonzept von Fitnessbegeisterten entsprechen. Auch Demonstrationen vor Ort könnten einen Mehrwert zur Akzeptanz des SensoPro beitragen. Zudem bietet die Benutzeroberfläche des Videokits Potential zur Überarbeitung, um der Selbstüberschätzung der Fitnessbegeisterten entgegenzuwirken. Hinsichtlich der Ausarbeitung entsprechender Massnahmen möchte der Forschende zudem auf einen Framework hinweisen, mit dem Fitnessbegeisterte in die für den Praxispartner wünschenswerte Richtung gelenkt werden können, ohne diese dabei zu manipulieren oder in ihrer Wahlfreiheit einzuschränken. An dieser Stelle verweist der Forschende auf die Wirtschafts-Nobelpreisträger von 2017. In ihrem Werk *Wie man kluge Entscheidungen anstösst* führen Thaler und Sunstein (2010) unter dem Begriff *Nudge* eine Formel ein, wie Menschen dazu bewegt werden können, Entscheidungen in eine gewisse Richtung zu treffen. Damit könnte das Nutzerverhalten und schliesslich auch die Einstellung der Zielgruppe gegenüber dem SensoPro positiv verändert werden.

6.1 Kritik

Dieses Kapitel widmet sich der kritischen Auseinandersetzung mit der vorliegenden Forschungsarbeit. Aus methodischer Sicht ist das induktive Forschungsvorgehen zu überdenken. Die Operationalisierung der theoretischen Konstrukte in der Datenerhebung gestaltete sich als schwierig. Ferner wurde durch die induktive Vorgehensweise umfangreiches Datenmaterial generiert. Im Zuge dessen hat sich der Aufwand für die nachfolgenden Auswertungs- und Analyseschritte multipliziert und war innerhalb des Forschungsrahmens kaum zu bewältigen und nicht effizient. Dies spiegelt sich auch im Umfang der Arbeit wider. Für die induktive Herangehensweise sprechen jedoch die Ergebnisse dieser Forschungsarbeit und dass der Forschende sich nahe an der zu untersuchenden Realität orientierte und nicht nur an den theoretischen Konstrukten, was den Vorteilen einer qualitativen Herangehensweise entspricht. Mit dem verfolgten Ansatz der deduktiven Kontextualisierung in Kapitel 5.5 wurden zudem die Forschungsergebnisse angemessen operationalisiert und der Bogen zur theoretischen Einordnung geschlagen.

Wie bei allen qualitativen Forschungsdesigns gilt es, die Frage nach der Güte der Forschungsergebnisse als kontrovers zu diskutieren. Nach Kuckartz (2016) kann von einer hohen internen Studiengüte ausgegangen werden, wenn die Vorgehensweise in allen Phasen der qualitativen Inhaltsanalyse exakt begründet und dokumentiert wird. Die interne Studiengüte umfasst die Zuverlässigkeit, die Verlässlichkeit, die intersubjektive Nachvollziehbarkeit und Glaubwürdigkeit. Die hohe interne Studiengüte dieser Arbeit kann beispielsweise anhand der wörtlichen Transkription der Audioaufzeichnungen mithilfe einer professionellen Transkriptionssoftware oder anhand des mehrstufigen induktiven Codierprozesses unmittelbar am Material begründet werden. Obendrein wurde im Analyseverfahren sowohl mit den originalen Zitaten und Fallzusammenfassungen gearbeitet, während in dem Analysebericht abweichende Fälle berücksichtigt wurden. Dennoch ist hinsichtlich einer höheren Übertragbarkeit und Verallgemeinerung (externe Gütekriterien) die relativ kleine Stichprobe zu überdenken. Trotz sorgfältiger Stichprobenkonstruktion wird die Übertragbarkeit auf diese Weise stark limitiert. Zudem wurden die Ergebnisse nicht durch die Forschungsteilnehmenden oder Experten inhaltlich validiert. Daher sind eine grössere Stichprobe und die Validierung der Ergebnisse Massnahmen, die insgesamt zu einer deutlich höheren Übertragbarkeit und Verallgemeinerung führen würden.

6.2 Ausblick

Wie bereits in der Diskussion erwähnt, scheiterte der Adaptionsprozess bei den Befragten oftmals in der Phase der Einstellungsbildung. In diesem Zusammenhang wird beispielsweise das Thema Reaktanz und Einstellungsänderung im Adaptions-Entscheidungs-Prozess nicht berücksichtigt. Daher können die Ergebnisse dieser Arbeit für die weiterführende Forschung in Zusammenhang mit dem Adaptionsprozess und der Einstellungsänderung verwendet werden. Zudem zeigen die Ergebnisse, dass im Adaptionsprozess des SensoPro die hohe Beobachtbarkeit und Testbarkeit Faktoren sind, die hemmend auf die Adaptionswahrscheinlichkeit wirken. Um zu prüfen, ob diese Erkenntnis auch auf andere Innovationskontexte übertragbar ist, bedarf es weiterführender Forschung in diesem Bereich. Die Ergebnisse sind insofern wertvoll, da diese im Sinne einer Triangulation der Daten für weiterführende Forschung verwendet werden können. Es bietet sich in diesem Zuge an, das quantitative Forschungsparadigma hinzuzuziehen. Auf diese Weise können die Daten konkreter operationalisiert und die Ergebnisse hinsichtlich ihrer Übertragbarkeit auf differente Innovationskontexte validiert werden.

6.3 Fazit

Zu Beginn der Arbeit wurde das Modell von Hawkins und Mothersbaugh (2016) vorgestellt, das eine vorgelagerte Rolle des Selbstkonzepts auf das Verhalten von Konsumenten postuliert. Die Ergebnisse haben demonstriert, dass das Verhalten von Fitnessbegeisterten – folglich auch Nutzung respektive Nichtnutzung des SensoPro – in kontextübergreifenden Situationen auf das Selbstkonzept zurückgeführt werden kann – neben den Gründen (Barrieren), weshalb der SensoPro bei Fitnessbegeisterten wenig populär ist.

Ein Ziel dieser Arbeit war es, wertvolle Kontextinformationen über die Zielgruppe zu erfassen. In diesem Zusammenhang konnten zahlreiche neue Erkenntnisse über Fitnessbegeisterte herausgearbeitet werden. Bedeutsam ist ihnen im Allgemeinen die effiziente Freizeit- und Trainingsgestaltung. Selten wird zusätzlich zum Training im Fitnessstudio noch eine Sportart ausgeübt. Die Verbesserung der sportlichen Leistungsfähigkeit steht deshalb nicht im Vordergrund, vielmehr trainieren sie für die Annäherung an das körperliche Idealbild. Infolgedessen ist die Modellierung des eigenen Körpers das elementarste Trainingsmotiv, was sich auch im Trainingsverhalten widerspiegelt. Als bedeutsamste Wissensquelle gilt YouTube, Instagram spielt überraschenderweise eine eher untergeordnete Rolle. Dennoch liefert Instagram die körperlichen Idealbilder von Fitnessbegeisterten. Elementar ist in diesem Zusammenhang, dass die Marketingkommunikation der SensoPro AG die Zielgruppe nicht erreicht. In den meisten Fällen wird weder der Nutzen noch die Funktionen des SensoPro intuitiv verstanden. Zudem verfügen Fitnessbegeisterte selten über Kontextwissen zu Koordinationstraining. Daher erkennen sie auch keinen Mehrwert für das Training im Fitnessstudio. Mithilfe der Durchführung von Experteninterviews sowie Interviews mit Fitnessbegeisterten und der darauf aufbauenden qualitativen Inhaltsanalyse haben sich zahlreiche Barrieren und Motive für die Nutzung des SensoPro herausarbeiten lassen. Die grösste Barriere entspringt der Vorstellung zahlreicher Fitnessbegeisterten, dass es sich beim SensoPro um ein Trainingsgerät für ältere Personen, Frauen und Rekonvaleszente handelt. Zudem würden Trainierende beim Training mit dem SensoPro unvorteilhaft aussehen. Hinzukommt, dass Fitnessbegeisterte im Allgemeinen der Meinung sind, dass ohne zusätzliches Gewicht kein effektives Training möglich ist. Obendrein führen die Erfahrungen aus dem statischen Krafttraining dazu, dass Fitnessbegeisterte ihre Fähigkeiten überschätzen und im Zuge dessen die Nutzung des SensoPro zu einer unbefriedigenden Erfahrung wird.

Dennoch konnten überraschenderweise zahlreiche Motive bei der Zielgruppe für die Nut-

zung des SensoPro identifiziert werden. Bedeutsamstes Motiv ist die Vielseitigkeit – respektive die Möglichkeit –, mit dem SensoPro Kraft kombiniert mit Ausdauer und Koordination auf einem Gerät zu trainieren. Zudem nutzen Fitnessbegeisterte den SensoPro primär für das gezielte Training der Bauch-, Beine- und Gesäss- (Bauch-Beine-Po-Programm) und der Tiefenmuskulatur. Ferner wird der SensoPro als Aufwärmgerät und Ersatz für Ausdauergeräte verwendet.

Anhand der Kontextualisierung des SensoPro im Adaption-Entscheidungs-Prozess wurden die Ergebnisse dieser Arbeit in einen grösseren Kontext gestellt, in dem zum einen die Kontextinformationen über Fitnessbegeisterte, zweitens die vor- respektive überlagerte Rolle des Selbstkonzeptes und drittens die Entstehung von Barrieren und Motiven im Adaption-Entscheidungs-Prozess zusammengeführt wurden. Es hat sich gezeigt, dass die Adaption des SensoPro in den meisten Fällen in der Phase der Einstellungsbildung oder der Versuchsphase scheitert. Zudem liegen dieser Arbeit kontroverse Ergebnisse hinsichtlich der theoretischen Annahmen von Hoyer et al., (2018) vor. Hoyer et al., (2018) gehen davon aus, dass die hohe Beobachtbarkeit und Testbarkeit einer Innovation bedeutende Faktoren in Bezug auf die Adaptionswahrscheinlichkeit darstellen. Dennoch zeigen die Ergebnisse, dass im Adaptionprozess des SensoPro die hohe Beobachtbarkeit und Testbarkeit Faktoren sind, die hemmend auf die Adaptionswahrscheinlichkeit auswirken.

Anhand jener Fälle, in denen der SensoPro erfolgreich adaptiert wurde, zeigen die Ergebnisse dieser Arbeit ein bemerkenswertes Potential für Fitnessbegeisterte auf. Unter Berücksichtigung der Barrieren und Motive, die im Verlauf des Adaptionprozess auftreten, wurden konkrete Lösungsvorschläge für die Marketingkommunikation des Praxispartners hergeleitet. Diese Handlungsempfehlungen zielen insgesamt darauf ab, die Komplexität zu reduzieren und die Kompatibilität zu erhöhen (vgl. Kapitel 3.1 und 5.4).

Abschliessend gilt es festzuhalten, dass aufgrund der geringen Anzahl an Teilnehmenden die externe Studiengüte als tendenziell gering zu bewerten ist. Damit die Ergebnisse auf andere Innovationskontexte übertragen werden können, bedarf es weiterführender Forschung, die die Ergebnisse dieser Arbeit validieren. Diese Bachelorarbeit legt den Grundstein für weiterführende Konsumentenforschung zu Adaptationsprozessen von Innovationen ohne direkte Kaufentscheidung.

7 Literaturverzeichnis

- Blackwell, R., Miniard, P. & Engel, J. (2001). *Consumer behavior. South-Western Thomas Learning. Mason, OH* (9th ed.). London: Harcourt College Publishers.
- Bogner, A. & Menz, W. (2002). *Das theoriegetriebene Experteninterview: Erkenntnisinteresse, Wissensformen, Interaktion* (2. Auflage.). Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Bruhn, S., Kullmann, N. & Gollhofer, A. (2006). Combinatory effects of high-intensity-strength training and sensorimotor training on muscle strength. *International journal of sports medicine*, (5), 401–406.
- Clarke, V. & Braun, V. (2013). *Successful Qualitative Research: A Practical Guide For Beginners*. London: Sage.
- Flick, U. (2016). *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung* (7. Auflage). Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.
- Gulas, C. & McKeage, K. (2000). Extending social comparison: An examination of the unintended consequences of idealized advertising imagery. *Journal of Advertising*, (2), 7–28.
- Hawkins, D. & Mothersbaugh, D. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (13th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Helfferrich, C. (2012). *Die Qualität qualitativer Daten. Manual für die Durchführung qualitativer Interviews* (4. Auflage). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaft.
- Hoffmann, S. & Akbar, P. (2019). *Konsumentenverhalten. Konsumenten verstehen – Marketingmaßnahmen gestalten*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Hoyer, W., Macinnis, D. & Pieters, R. (2018). *Consumer Behavior* (7th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Karnowski, V. & Kümpel, A. (2016). *Diffusion of Innovations von Everett M. Rogers. Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Knobloch, K. & Martin-Schmitt, S. (2006). Verhinderung von schwerwiegenden Muskelverletzungen durch ein prospektives Propriozeptions- und Koordinationstraining im Frauenfußballsport. *Leistungssport* (1), 26–29.
- Kuckartz, U. (2016). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung* (3. Auflage). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Mayring, P. (2016). *Einführung in die qualitative Sozialforschung* (6. Auflage). Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Myers, P. & Biocca, F. (1992). The Elastic Body Image: The Effect of Television Advertising and Programming on Body Image Distortions in Young Women. *Journal of Communication*, (3), 108–133.
- Schweizerischer Fitness- und Gesundheitscenter Verband. (2018). *Branchen Report 2018 Eckdaten der schweizerischen Fitness- und Gesundheitsförderungsbranche*.
- Solomon, M. (2016). *Konsumentenverhalten* (11. Auflage). Hallbergmoos: Pearson Studium.

- Thaler, R. & Sunstein, C. (2011). *Nudging- Wie man kluge Entscheidungen anstösst*. Berlin: Econ.
- Vogel, D. & Funck, B. (2018). Immer nur die zweitbeste Lösung? Protokolle als Dokumentationsmethode für qualitative Interviews. *Forum Qualitative Sozialforschung*, (1), 1–29.
- Zech, A., Hübscher, M., Vogt, L., Banzer, W., Hänsel, F. & Pfeifer, K. (2009). Neuromuscular training for rehabilitation of sports injuries: A systematic review. *Medicine and Science in Sports and Exercise* (S. 1–11).

8 Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Zusammenfassung von Faktoren, die die Adaptionswahrscheinlichkeit beeinflussen, eigene Darstellung	7
Tabelle 2 Übersicht Stichprobenkonstruktion 1 – Erhebungsphase 1, eigene Darstellung 2019	15
Tabelle 3 Stichprobenplan Stichprobenkonstruktion 2 – Erhebungsphase 2, in Anlehnung an Kuckartz (2016, S. 157)	16
Tabelle 4 Zusammenfassung der Erhebungsphase 1 – Experteninterviews, eigene Darstellung	21
Tabelle 5 Zusammenfassung der bedeutsamsten Erkenntnisse aus den Experteninterviews, eigene Darstellung	22
Tabelle 6 Zusammenfassung der Erhebungsphase 2 – Interviews mit Fitnessbegeisterten, eigene Darstellung	23
Tabelle 7 Definitives Kategoriensystem, eigene Darstellung 2019	27
Tabelle 8 Zusammenstellung der Top-5-Barrieren und Motive, eigene Darstellung 2019....	51

9 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1. Schaubild Infografik SensoPro, in Anlehnung an www.sensopro.swiss	4
Abbildung 2. Adaption-Entscheidungs-Prozess, in Anlehnung an Hoyer et al. (2018, S. 410)	6
Abbildung 3. Adaption des Overall-Model-of-Consumer-Behavior, in Anlehnung an Hawkins und Mothersbaugh (2016)	8
Abbildung 4. Forschungsdesign dieser Arbeit, eigene Darstellung	12
Abbildung 5. Schaubild Leitfaden für Interview mit Fitnessbegeisterten, eigene Darstellung	19
Abbildung 6. Ablaufschema der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse, in Anlehnung an Kuckartz (2016, S. 100)	24
Abbildung 7. Persona Fitnessbegeisterte, eigene Darstellung	48
Abbildung 8. Schaubild Kontextualisierung von Fitnessbegeisterten anhand des Adaptionprozesses des SensoPro, eigene Darstellung.....	52

10 Anhang

A	Detailansicht Abbildung 1	64
B	Informationsschreiben für Self-Fitness	65
C	Interviewleitfaden Experteninterview	67
D	Interviewleitfaden Zielgruppeninterview	79
E	Einwilligungserklärung	82
F	Auswertung Experteninterview	83
G	Fallzusammenfassung B2	88
H	Fallzusammenfassung B3	89
I	Fallzusammenfassung B5	90
J	Fallzusammenfassung B8	91
K	Fallzusammenfassung B9	92
L	Fallzusammenfassung B10	93
M	Codierleitfaden	94
N	Themenmatrix	98
O	Barrieren und Motive	99
P	Originalbild Abbildung 8	101

A Detailansicht Abbildung 1



TUBES

Drei verschiedenstarke Gummibänder zur Trainingsunterstützung, Koordinationsweiterung oder gezielten Kräftigung (maximaler Bewegungsradius).

1



VIDEO-KIT

Mithilfe einer grossen Vielfalt an unterschiedlichen Trainingsvideos – vom Anfänger bis zum Profi - wirst du durch dein Trainingsprogramm begleitet.
Kategorien: Health, Fitness, Performance, Shorty

2



TAPES

Zwei instabile, unabhängig freischwingende und rutschfeste Standflächen, die eine maximale Muskelaktivierung und permanente Stabilisierung garantieren

3

B Informationsschreiben für Self-Fitness

Forschungsfrage

Welche Barrieren und Motive lassen sich bei der Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» für die Nutzung des SensoPro® identifizieren?

Stichprobe

Die Teilnehmenden sollten die nachfolgenden Kriterien erfüllen:

1. Männer und Frauen zwischen **16 und 29 Jahren**
2. Trainieren **zwei bis drei Mal** pro Woche im Fitnesscenter
3. Trainieren **schwerpunktmässig Kraft- Muskeltraining**
4. Sind **keine professionellen Bodybuilder**
5. Sind **nicht professionell im Gesundheitsbereich** tätig
6. Sind **nicht professionell im Sportbereich** tätig

Bei den Punkten 3 bis 5 ist entscheidend, dass die Teilnehmenden Laien sind und keine Experten aus den Bereichen Bodybuilding, Gesundheit oder Sport.

Dem Stichprobenplan sind die Anzahl Personen und die Verteilung auf das Geschlecht zu entnehmen:

Anzahl Interviews		
Kontext	weiblich	männlich
Trainieren mit dem SensoPro	3	3
Trainieren nicht dem SensoPro	3	3
Total Interviews	6	6
Geschätzte Dauer der Interviews: ca. 20 Minuten pro Interview		

Zeitfenster

Die Interviews sollten alle in der KW 14 zwischen dem 1. April und 6. April 2019 durchgeführt werden können und in den folgenden Zeitfenster stattfinden:

	Vormittag	Nachmittag
Montag 1. April	08.00 – 12.00 Uhr	12:00 - 21:00 Uhr
Dienstag 2. April	08.00 – 12.00 Uhr	12:00 - 21:00 Uhr
Mittwoch 3. April	08.00 – 12.00 Uhr	19.00 - 21:00 Uhr
Freitag 5. April	08.00 – 12.00 Uhr	19.00 - 21:00 Uhr
Samstag 6. April	08.00 – 12.00 Uhr	
Sonntag 7. April	08.00 – 12.00 Uhr	

Gerne übernehme ich auch die Terminvereinbarung, dazu benötige ich die Kontaktinformationen von potentiellen Teilnehmenden. Es wäre aber sehr hilfreich, wenn diese Personen bereits vorinformiert sind, dadurch würden sich die Erfolgchancen hinsichtlich einer Teilnahme sicherlich erhöhen.

Incentives

Nike T-Shirt von SensoPro, Sportsack von SensoPro

C Interviewleitfaden Experteninterview

Leitfaden Interview SensoPro

Ready to take off?

- Sie Form oder Du Form
- Einverständnis für Tonaufzeichnung
- Gespräch über den Tischecken führen
- Mich vorstellen (Wer bin ich, was studiere ich, was mache ich hier)



Welche Barrieren und Motive lassen sich bei der Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» für die Nutzung des SensoPro's identifizieren?

Eröffnung:

Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich Barrieren und Motive für das Training auf dem SensoPro. Insbesondere interessiere ich mich für die Zielgruppe «Fitnessbegeisterte». Dieser Zielgruppe gehören junge Frauen und Männer zwischen 16 und 29 Jahren an. Sie trainieren zwei bis drei Mal pro Woche im Fitnesscenter, sind aber keine professionellen Bodybuilder. Sie trainieren hauptsächlich Muskeln/Kraft und das Körperbild ist ein wichtiger Motivator.

Einfacher gesagt: Es sind unter 30-Jährige, die mehrmals pro Woche im Fitnessstudio trainieren aber Laien sind (Keine Trainingsexperten).

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 1: Perspektive Experte (Fitness und Koordinationstraining)</p> <p>Welche Bedeutung hat für dich körperliche Fitness?</p>		<p>Fitness</p> <p>Was motiviert dich für das regelmässige Training?</p> <p>Welche Herausforderungen/Schwierigkeiten sind damit verbunden</p>	<p>Haben sich deine Motive/Gründe über die Zeit verändert? Wenn ja, wie?</p>

1

		<p>Koordinationstraining</p> <p>In deiner Rolle als Trainer, welche Bedeutung hat für dich Koordinationstraining?</p> <p>Was bringt Koordinationstraining den Trainierenden?</p>	<p>Teil deiner Instruktion? Wenn nein, warum nicht?</p> <p>Weitere Nutzen?</p>
<p>Wenn nichts kommt wissenschaftlichen Nutzen ansprechen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prävention von Verletzungen - Mehraktivierung der Muskelfasern aufgrund intramuskulärer Koordination (Effizienteres Krafttraining möglich) 		<p>Welchen Trierenden würdest du Koordinationstraining empfehlen?</p> <p>Warum?</p>	
		<p>Inwiefern ist Koordinationstraining relevant für Trainierende mit dem Fokus auf Kraft/Muskeln?</p> <p>Wenn keine Bedeutung, Warum nicht?</p>	<p>Bitte, ausführen...</p>

Übergang: Wir werden nun über die Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» sprechen... (Merkmale Zielgruppe allenfalls noch einmal beschreiben)

2

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 2 Zielgruppe im Allgemeinen:</p> <p>Welche positiven Erfahrungen hast du als Trainer/Geschäftsführer im Zusammenhang mit dieser Zielgruppe gemacht?</p> <p>Welche negativen Erfahrungen hast du als Trainer/Geschäftsführer im Zusammenhang mit dieser Zielgruppe gemacht?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Positive Erfahrungen mit Zielgruppe - Negative Erfahrungen mit Zielgruppe - Typische Eigenschaften der Zielgruppe - Warum Krafttraining - Interne Merkmale - Externe Merkmale 	<p>Wenn du so über die Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» nachdenkst: Wie würdest du diese Zielgruppe in deinen Worten beschreiben?</p> <p>Gibt es Unterschiede zwischen den Geschlechtern?</p> <p>Wenn ja, Welche?</p> <p>Was unterscheidet diese Zielgruppe deiner Meinung nach im Vergleich zu anderen Zielgruppen?</p> <p>u.a. auch zu anderen Zielgruppen mit dem gleichen Alter?</p> <p>Die Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» trainiert mehrmals pro Woche im Fitnessstudio. Insbesondere auch Krafttraining/Muskeltraining.</p> <p>Welche Faktoren motivieren deiner Meinung nach diese Zielgruppe für das regelmässige Training?</p>	<p>Typische Merkmale, Besonderheiten</p> <p>z.B. im Vergleich mit Zielgruppe, welche den Fokus auf einem nachhaltigen, gesundheitsorientierten Training haben.</p>

3

<p>Auf einzelne Aspekte möchte ich noch vertiefend eingehen:</p> <p>Welche Bedeutung spielt dabei das Körperbild?</p> <p>Welche Bedeutung spielt dabei das Geschlecht?</p> <p>Welche Bedeutung spielt dabei das Umfeld des Trainierenden?</p> <p>Welche Bedeutung spielen dabei gesellschaftliche Normen?</p> <p>Welche Bedeutung spielen dabei mediale Einflüsse?</p> <p>Welche Bedeutung spielen dabei Influencer?</p> <p>Welchen Einfluss hast du als Trainer auf diese Zielgruppe?</p> <p>Nebst dem Personal im self-fitness, welche weiteren Informationsquellen nutzen die Trainierenden?</p>	<p>Selbstdarstellung, Vergleich mit anderen, Selbstwertgefühl</p> <p>Gibt es Unterschiede zwischen dem Geschlecht? Auch Rollenbilder</p> <p>Andere Trainierende, Freunde, Vorbilder</p> <p>Einfluss der Gesellschaft (Stereotyp Mann & Frau)</p> <p>Insbesondere Social Media, Werbung</p> <p>Instagram</p>
---	---

Übergang: Wir haben jetzt über eher allgemeine Aspekte der Zielgruppe gesprochen. Nun werden wir über die Rolle des Trainingsgerätes SensoPro sprechen.

4

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 3 Rolle des Fitnessstudios</p> <p>Welche positiven Erfahrungen hast du/self-fitness in Zusammenhang mit dem Trainingsgerät SensoPro gemacht?</p> <p>Welche negativen Erfahrungen hast du/self-fitness in Zusammenhang mit dem Trainingsgerät SensoPro gemacht?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Positive Erfahrungen SensoPro - Negative Erfahrungen SensoPro - Fitnessstudios situationale Aspekte - Fitnessstudios Personal 	<p>Fitnessstudios</p> <p>Inwiefern unterscheiden sich die Etablierungsmöglichkeiten des SensoPro's je nach Standort des self-fitness?</p> <p>Welchen Einfluss haben dabei die anderen Trainierenden des Studios?</p> <p>Welchen Einfluss hat der Standort/Bereich des SensoPro's innerhalb des jeweiligen self-fitness Studios</p> <p>Wem würdest ein Training auf dem Senso Pro empfehlen?</p> <p>Wem nicht?</p>	<p>Weitere situationale Einflüsse? Warum?</p> <p>Gibt es so etwas wie eine Hackordnung unter den Trainierenden im Studio?</p> <p>Warum, bitte ausführen...</p> <p>Warum?</p>

Übergang: Wir haben nun über die Rolle des Fitnessstudios gesprochen. Jetzt möchte ich mit dir über die Rolle des Trainingsgerätes SensoPro sprechen.

5

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 4 Rolle des Trainingsgerätes SensoPro:</p> <p>Likes: alles in allem – was gefällt dir am Trainingsgerät SensoPro?</p> <p>Dislikes: alles in allem – was gefällt dir am Trainingsgerät SensoPro nicht so gut?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Likes SensoPro - Dislikes SensoPro - Stärken SensoPro - Schwächen SensoPro - Motive für Training - Barrieren für Training - Externe Einflüsse - Interne Einflüsse 	<p>Weitere Stärken?</p> <p>u.a. auch im Vergleich mit anderen Trainingsgeräten</p> <p>Weitere Schwächen?</p> <p>u.a. auch im Vergleich mit anderen Trainingsgeräten</p> <p>Welche möglichen Gründe/Motive gibt es deiner Meinung nach, um auf dem SensoPro zu trainieren?</p> <p>u.a. auch im Bezug auf die Zielgruppe</p> <p>Welche möglichen Hemmer/Barrieren gibt es deiner Meinung nach, um auf dem SensoPro zu trainieren.</p> <p>u.a. auch im Bezug auf die Zielgruppe</p>	<p>z.B. Einzigartigkeit, Video-kit etc.</p> <p>z.B. Preis, Grösse etc.</p> <p>Mögliche internale Einflüsse: Persönlichkeit, Identität, Selbstbild, Bodyimage, Geschlecht...</p> <p>Mögliche externale Einflüsse: Normen, Medien, Instagram, Peer Groups, Prominente, andere Trainierende, Umfeld...</p>

Zusatzfragen für Geschäftsführer vom self-fitness:

- Warum hast du dich entschieden SensoPro's zu kaufen?
- Welche Chance siehst du für SensoPro bei dieser Zielgruppe?
- Welches Risiko siehst du für SensoPro bei dieser Zielgruppe?

Übergang: Wir haben als letztes über die Rolle des SensoPro's gesprochen. Als nächstes werden wir noch vertieft auf einzelne Motive/Barrieren eingehen

6

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 5 Szenarios</p> <p>Wie beurteilst Du den Einfluss auf die Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» in Bezug auf die Szenarios, die ich dir nachfolgend schildere.</p> <p>Welchen Einfluss haben die nachfolgenden Situationen auf die Trainierenden im Studio (Am Beispiel self-fitness)?</p>	 <p>Randomisieren</p>	<p>Die besonders muskulösen Mitglieder des Fitnessstudios trainieren nicht auf dem SensoPro.</p> <p>Der SensoPro ist im Fitnessstudio so platziert, dass von allen Seiten freie Sicht auf das Trainingsgerät möglich ist.</p> <p>Regelmässig trainieren pensionierte Personen auf dem SensoPro.</p> <p>Die junge, sportliche Person, die gerade auf dem SensoPro trainiert, scheint Schwierigkeiten zu haben die Balance zu finden.</p> <p>Die junge, sportliche Person, die gerade auf dem SensoPro trainiert, scheint sehr stark zu schwitzen.</p> <p>Neben dem SensoPro steht ein Rollup/Bild/Banner. Darauf ist eine fitte, trainierte jung Frau zu sehen. Daneben steht: SensoPro die Sexy-Knackarsch-Maschine.</p>	<p>Was wäre, wenn gerade diese Personen darauf trainieren würden?</p> <p>Was wäre, wenn der SensoPro in einem separatem Raum wäre, quasi ein wenig versteckt?</p>

Übergang: Wir sind schon fast am Schluss, ich werde dir nun noch ein paar Fragen zu deiner Person stellen...

7

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 6 Persönliches</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alter - Aktueller Beruf - Ausbildung - Anmerkungen / Ergänzungen 	<p>Alter?</p> <p>Aktueller Beruf?</p> <p>Welche Ausbildung?</p> <p>Beruflicher Werdegang?</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> - Bedanken für Teilnahme - Fragen - Unterschrift für Verwendung Daten 	<p>Vielen Dank für die Teilnahme und die Zeit die du mir zur Verfügung gestellt hast.</p>	

Übergang: Wir sind am Ende unseres Gesprächs, ich danke dir für deine Zeit und deine interessanten Ausführungen...

8

Leitfaden Interview Influencer

Ready to take off?

- Sie Form oder Du Form
- Einverständnis für Tonaufzeichnung
- Gespräch über den Tischecken führen
- Mich vorstellen (Wer bin ich, was studiere ich, was mache ich hier)



Welche Barrieren und Motive lassen sich bei der Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» für die Nutzung des SensoPro's identifizieren?

Eröffnung:

Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich Barrieren und Motive für das Training auf dem SensoPro. Insbesondere interessiere ich mich für die Zielgruppe «Fitnessbegeisterte». Dieser Zielgruppe gehören junge Frauen und Männer zwischen 16 und 29 Jahren an. Sie trainieren zwei bis drei Mal pro Woche im Fitnesscenter, sind aber keine professionellen Bodybuilder. Sie trainieren hauptsächlich Muskeln/Kraft und das Körperbild ist ein wichtiger Motivator.

Einfacher gesagt: Es sind unter 30-Jährige, die mehrmals pro Woche im Fitnessstudio trainieren aber Laien sind (Keine Trainingsexperten).

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
Teil 1: Rolle des Trainingsgerätes SensoPro	<ul style="list-style-type: none"> - Stärken SensoPro - Schwächen SensoPro - Nutzen SensoPro - Motive für Training - Barrieren für Training 	Weitere Stärken?	z.B. Einzigartigkeit, Video-kit etc.
Likes: alles in allem – was gefällt Dir am Trainingsgerät SensoPro?		u.a. auch im Vergleich mit anderen Trainingsgeräten	
Dislikes: alles in allem – was gefällt dir am Trainingsgerät SensoPro nicht so gut?		Weitere Schwächen?	z.B. Preis, Grösse etc.
		u.a. auch im Vergleich mit anderen Trainingsgeräten	

1

Koordinationstraining

Welche Bedeutung hat für dich Koordinationstraining?

Bitte, ausführen...

Welchen Nutzen hat Koordinationstraining?

Für dich und im Allgemeinen...

Inwiefern ist Koordinationstraining relevant für Trainierende mit dem Fokus auf Kraft/Muskeln?

Bitte, ausführen...

Wenn keine Bedeutung, Warum nicht?

Übergang: Wir werden nun über die Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» sprechen... (Merkmale Zielgruppe allenfalls noch einmal beschreiben)

2

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 2 Zielgruppe im Allgemeinen:</p> <p>Ich bitte dich nun, die für dich typischen Merkmale der Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» zu beschreiben.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Typische Eigenschaften der Zielgruppe - Warum Krafttraining - Interne Merkmale - Externe Merkmale 	<p>Gibt es Unterschiede zwischen den Geschlechtern?</p> <p>Wenn ja, Welche?</p> <p>Was unterscheidet diese Zielgruppe deiner Meinung nach im Vergleich zu anderen Zielgruppen?</p> <p>u.a. auch zu anderen Zielgruppen mit dem gleichen Alter?</p> <p>Die Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» trainiert mehrmals pro Woche im Fitnessstudio. Insbesondere auch Krafttraining/Muskeltraining.</p> <p>Welche Faktoren motivieren deiner Meinung nach diese Zielgruppe für das regelmässige Training?</p>	<p>z.B. Im Vergleich mit Zielgruppe, welche den Fokus auf einem nachhaltigen, gesundheitsorientierten Training haben.</p>

3

<p>Auf einzelne Aspekte möchte ich noch vertiefend eingehen:</p> <p>Welche Bedeutung spielt dabei das Körperbild?</p> <p>Welche Bedeutung spielt dabei das Geschlecht?</p> <p>Welche Bedeutung spielen dabei gesellschaftliche Normen?</p> <p>Welche Bedeutung spielen dabei mediale Einflüsse?</p> <p>Welche Bedeutung spielen dabei Influencer?</p>	<p>Selbstdarstellung, Vergleich mit anderen, Selbstwertgefühl</p> <p>Gibt es Unterschiede zwischen dem Geschlecht? Auch Rollenbilder</p> <p>Einfluss der Gesellschaft (Stereotyp Mann & Frau)</p> <p>Insbesondere Social Media, Werbung</p> <p>Instagram</p>
--	--

Übergang: Wir haben jetzt über eher allgemeine Aspekte der Zielgruppe gesprochen. Nun werden wir über die Rolle des Trainingsgerätes SensoPro sprechen.

4

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 3 Rolle des Trainingsgerätes SensoPro:</p> <p>Likes: alles in allem – was gefällt dir am Trainingsgerät SensoPro?</p> <p>Dislikes: alles in allem – was gefällt dir am Trainingsgerät SensoPro nicht so gut?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Likes SensoPro - Dislikes SensoPro - Stärken SensoPro - Schwächen SensoPro - Motive für Training - Barrieren für Training - Externe Einflüsse - Interne Einflüsse 	<p>Weitere Stärken?</p> <p>u.a. auch im Vergleich mit anderen Trainingsgeräten</p> <p>Weitere Schwächen?</p> <p>u.a. auch im Vergleich mit anderen Trainingsgeräten</p> <p>Welche möglichen Gründe/Motive gibt es für das Training auf dem SensoPro?</p> <p>u.a. auch im Bezug auf die Zielgruppe</p> <p>Welche möglichen Hemmer/Barrieren gibt es für das Training auf dem SensoPro?</p> <p>u.a. auch im Bezug auf die Zielgruppe</p>	<p>z.B. Einzigartigkeit, Video-kit etc.</p> <p>z.B. Preis, Grösse etc.</p> <p>Mögliche internale Einflüsse: Persönlichkeit, Identität, Selbstbild, Bodyimage, Geschlecht...</p> <p>Mögliche externale Einflüsse: Normen, Medien, Instagram, Peer Groups, Prominente, andere Trainierende, Umfeld...</p>

Übergang: Wir haben als letztes über die Rolle des SensoPro's gesprochen. Als nächstes werden wir noch vertieft auf einzelne Motive/Barrieren eingehen

5

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 4 Szenarios</p> <p>Wie beurteilst du den Einfluss auf die Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» in Bezug auf die Szenarios, die ich dir nachfolgend schildere.</p> <p>Welche potentiellen Motive und Barrieren für die Nutzung des SensoPro's erkennst du bezüglich der folgenden Situationen?</p>	 <p>Randomisieren</p>	<p>Die besonders muskulösen Mitglieder des Fitnessstudios trainieren nicht auf dem SensoPro.</p> <p>Der SensoPro ist im Fitnessstudio so platziert, dass von allen Seiten freie Sicht auf das Trainingsgerät möglich ist.</p> <p>Bei der Trainingseinführung erklärt das Personal des Fitnessstudios den SensoPro ausführlich.</p> <p>Regelmässig trainieren pensionierte Personen auf dem SensoPro.</p> <p>Die junge, sportliche Person, die gerade auf dem SensoPro trainiert, scheint Schwierigkeiten zu haben die Balance zu finden.</p> <p>Auf Instagram sind regelmässig junge, muskulöse Personen zu sehen, die auf dem SensoPro trainieren.</p> <p>Die Person, die gerade auf dem SensoPro trainiert scheint sehr stark zu schwitzen.</p>	<p>Warum, bitte ausführen...</p> <p>Warum, bitte ausführen...</p> <p>Warum, bitte ausführen...</p> <p>Warum, bitte ausführen...</p> <p>Warum, bitte ausführen...</p> <p>Warum, bitte ausführen...</p> <p>Warum, bitte ausführen...</p>

Übergang: Ich möchte dich nun bitten, in die Rolle der Marketingverantwortlichen von SensoPro zu schlüpfen...

6

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 5 Marketingverantwortliche bei SensoPro</p> <p>Stell dir vor die wärst Marketingverantwortliche bei SensoPro. Dein Auftrag ist es die jungen Männer und Frauen der Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» für den SensoPro zu gewinnen.</p> <p>Wie würdest du die Kommunikation mit dieser Zielgruppe gestalten?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kommunikation mit Zielgruppe - Kanäle - Inhalte - Andere Unternehmen 	<p>Welche Kommunikationskanäle würdest du für diese Kampagne bespielen?</p> <p>Mit welchen Inhalten würdest du diese Kommunikationskanäle bespielen?</p> <p>Welche weiteren Unternehmen kommen dir in den Sinn, welche sich erfolgreich bei dieser Zielgruppe vermarkten?</p>	<p>Warum, bitte ausführen...</p> <p>Warum, bitte ausführen...</p> <p>Warum ist diese Unternehmung erfolgreich? Was macht sie aus?</p>

Übergang: Wir sind schon fast am Schluss, ich werde dir nun noch ein paar Fragen zu deiner Person stellen...

7

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 6 Persönliches</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alter - Aktueller Beruf - Ausbildung - Anmerkungen / Ergänzungen 	<p>Alter?</p> <p>Aktueller Beruf?</p> <p>Welche Ausbildung?</p> <p>Beruflicher Werdegang?</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> - Bedanken für Teilnahme - Fragen - Unterschrift für Verwendung Daten 	<p>Vielen Dank für die Teilnahme und die Zeit die du uns zur Verfügung gestellt hast.</p>	

Übergang: Wir sind am Ende unseres Gesprächs, ich danke dir für deine Zeit und deine interessanten Ausführungen...

8

Leitfaden Interview Besitzer und Personal von Fitnessstudio

Ready to take off?

- Sie Form oder Du Form
- Einverständnis für Tonaufzeichnung
- Gespräch über den Tischecken führen
- Mich vorstellen (Wer bin ich, was studiere ich, was mache ich hier)



Welche Barrieren und Motive lassen sich bei der Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» für die Nutzung des SensoPro's identifizieren?

Eröffnung:

Im Rahmen meiner Bachelorarbeit untersuche ich Barrieren und Motive für das Training auf dem SensoPro. Insbesondere interessiere ich mich für die Zielgruppe «Fitnessbegeisterte». Dieser Zielgruppe gehören junge Frauen und Männer zwischen 16 und 29 Jahren an. Sie trainieren zwei bis drei Mal pro Woche im Fitnesscenter, sind aber keine professionellen Bodybuilder. Sie trainieren hauptsächlich Muskeln/Kraft und das Körperbild ist ein wichtiger Motivator.

Einfacher gesagt: Es sind unter 30-Jährige, die mehrmals pro Woche im Fitnessstudio trainieren aber Laien sind (Keine Trainingsexperten).

Leitfrage (Erzählauforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 1: Perspektive Experte (Fitness und Koordinationstraining)</p> <p>Welche Bedeutung hat für dich körperliche Fitness?</p>		<p>Fitness</p> <p>Was motiviert dich für das regelmässige Training?</p> <p>Welche Herausforderungen/Schwierigkeiten sind damit verbunden</p>	<p>Haben sich deine Motive/Gründe über die Zeit verändert? Wenn ja, wie?</p>

1

		<p>Koordinationstraining</p> <p>In deiner Rolle als Trainer, welche Bedeutung hat für dich Koordinationstraining?</p> <p>Was bringt Koordinationstraining den Trainierenden?</p> <p>Welchen Trainierenden würdest du Koordinationstraining empfehlen?</p> <p>Warum?</p> <p>Inwiefern ist Koordinationstraining relevant für Trainierende mit dem Fokus auf Kraft/Muskeln?</p> <p>Wenn keine Bedeutung, Warum nicht?</p>	<p>Teil deiner Instruktion? Wenn nein, warum nicht?</p> <p>Weitere Nutzen?</p> <p>Bitte, ausführen...</p>
--	--	--	---

Wenn nichts kommt wissenschaftlichen Nutzen ansprechen:

- Prävention von Verletzungen
- Mehraktivierung der Muskelfasern aufgrund intramuskulärer Koordination (Effizienteres Krafttraining möglich)

Übergang: Wir werden nun über die Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» sprechen... (Merkmale Zielgruppe allenfalls noch einmal beschreiben)

2

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 2 Zielgruppe im Allgemeinen:</p> <p>Welche positiven Erfahrungen hast du als Trainer/Geschäftsführer im Zusammenhang mit dieser Zielgruppe gemacht?</p> <p>Welche negativen Erfahrungen hast du als Trainer/Geschäftsführer im Zusammenhang mit dieser Zielgruppe gemacht?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Positive Erfahrungen mit Zielgruppe - Negative Erfahrungen mit Zielgruppe - Typische Eigenschaften der Zielgruppe - Warum Krafttraining - Interne Merkmale - Externe Merkmale 	<p>Wenn du so über die Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» nachdenkst: Wie würdest du diese Zielgruppe in deinen Worten beschreiben?</p> <p>Gibt es Unterschiede zwischen den Geschlechtern?</p> <p>Wenn ja, Welche?</p> <p>Was unterscheidet diese Zielgruppe deiner Meinung nach im Vergleich zu anderen Zielgruppen?</p> <p>u.a. auch zu anderen Zielgruppen mit dem gleichen Alter?</p> <p>Die Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» trainiert mehrmals pro Woche im Fitnessstudio. Insbesondere auch Krafttraining/Muskeltraining.</p> <p>Welche Faktoren motivieren deiner Meinung nach diese Zielgruppe für das regelmässige Training?</p>	<p>Typische Merkmale, Besonderheiten</p> <p>z.B. im Vergleich mit Zielgruppe, welche den Fokus auf einem nachhaltigen, gesundheitsorientierten Training haben.</p>

3

<p>Auf einzelne Aspekte möchte ich noch vertiefend eingehen:</p> <p>Welche Bedeutung spielt dabei das Körperbild?</p> <p>Welche Bedeutung spielt dabei das Geschlecht?</p> <p>Welche Bedeutung spielt dabei das Umfeld des Trainierenden?</p> <p>Welche Bedeutung spielen dabei gesellschaftliche Normen?</p> <p>Welche Bedeutung spielen dabei mediale Einflüsse?</p> <p>Welche Bedeutung spielen dabei Influencer?</p> <p>Welchen Einfluss hast du als Trainer auf diese Zielgruppe?</p> <p>Nebst dem Personal im self-fitness, welche weiteren Informationsquellen nutzen die Trainierenden?</p>	<p>Selbstdarstellung, Vergleich mit anderen, Selbstwertgefühl</p> <p>Gibt es Unterschiede zwischen dem Geschlecht? Auch Rollenbilder</p> <p>Andere Trainierende, Freunde, Vorbilder</p> <p>Einfluss der Gesellschaft (Stereotyp Mann & Frau)</p> <p>Insbesondere Social Media, Werbung</p> <p>Instagram</p>
---	---

Übergang: Wir haben jetzt über eher allgemeine Aspekte der Zielgruppe gesprochen. Nun werden wir über die Rolle des Trainingsgerätes SensoPro sprechen.

4

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 3 Rolle des Fitnessstudios</p> <p>Welche positiven Erfahrungen hast du/self-fitness in Zusammenhang mit dem Trainingsgerät SensoPro gemacht?</p> <p>Welche negativen Erfahrungen hast du/self-fitness in Zusammenhang mit dem Trainingsgerät SensoPro gemacht?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Positive Erfahrungen SensoPro - Negative Erfahrungen SensoPro - Fitnessstudios situationale Aspekte - Fitnessstudios Personal 	<p>Fitnessstudios</p> <p>Inwiefern unterscheiden sich die Etablierungsmöglichkeiten des SensoPro's je nach Standort des self-fitness?</p> <p>Welchen Einfluss haben dabei die anderen Trainierenden des Studios?</p> <p>Welchen Einfluss hat der Standort/Bereich des SensoPro's innerhalb des jeweiligen self-fitness Studios</p> <p>Wem würdest ein Training auf dem Senso Pro empfehlen?</p> <p>Wem nicht?</p>	<p>Weitere situationale Einflüsse? Warum?</p> <p>Gibt es so etwas wie eine Hackordnung unter den Trainierenden im Studio?</p> <p>Warum, bitte ausführen...</p> <p>Warum?</p>

Übergang: Wir haben nun über die Rolle des Fitnessstudios gesprochen. Jetzt möchte ich mit dir über die Rolle des Trainingsgerätes SensoPro sprechen.

5

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 4 Rolle des Trainingsgerätes SensoPro:</p> <p>Likes: alles in allem – was gefällt dir am Trainingsgerät SensoPro?</p> <p>Dislikes: alles in allem – was gefällt dir am Trainingsgerät SensoPro nicht so gut?</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Likes SensoPro - Dislikes SensoPro - Stärken SensoPro - Schwächen SensoPro - Motive für Training - Barrieren für Training - Externe Einflüsse - Interne Einflüsse 	<p>Weitere Stärken?</p> <p>u.a. auch im Vergleich mit anderen Trainingsgeräten</p> <p>Weitere Schwächen?</p> <p>u.a. auch im Vergleich mit anderen Trainingsgeräten</p> <p>Welche möglichen Gründe/Motive gibt es deiner Meinung nach, um auf dem SensoPro zu trainieren?</p> <p>u.a. auch im Bezug auf die Zielgruppe</p> <p>Welche möglichen Hemmer/Barrieren gibt es deiner Meinung nach, um auf dem SensoPro zu trainieren.</p> <p>u.a. auch im Bezug auf die Zielgruppe</p>	<p>z.B. Einzigartigkeit, Video-kit etc.</p> <p>z.B. Preis, Grösse etc.</p> <p>Mögliche internale Einflüsse: Persönlichkeit, Identität, Selbstbild, Bodyimage, Geschlecht...</p> <p>Mögliche externale Einflüsse: Normen, Medien, Instagram, Peer Groups, Prominente, andere Trainierende, Umfeld...</p>

Zusatzfragen für Geschäftsführer vom self-fitness:

- Warum hast du dich entschieden SensoPro's zu kaufen?
- Welche Chance siehst du für SensoPro bei dieser Zielgruppe?
- Welches Risiko siehst du für SensoPro bei dieser Zielgruppe?

Übergang: Wir haben als letztes über die Rolle des SensoPro's gesprochen. Als nächstes werden wir noch vertieft auf einzelne Motive/Barrieren eingehen

6

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 5 Szenarios</p> <p>Wie beurteilst Du den Einfluss auf die Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» in Bezug auf die Szenarios, die ich dir nachfolgend schildere.</p> <p>Welchen Einfluss haben die nachfolgenden Situationen auf die Trainierenden im Studio (Am Beispiel self-fitness)?</p>	 <p>Randomisieren</p>	<p>Die besonders muskulösen Mitglieder des Fitnessstudios trainieren nicht auf dem SensoPro.</p> <p>Der SensoPro ist im Fitnessstudio so platziert, dass von allen Seiten freie Sicht auf das Trainingsgerät möglich ist.</p> <p>Regelmässig trainieren pensionierte Personen auf dem SensoPro.</p> <p>Die junge, sportliche Person, die gerade auf dem SensoPro trainiert, scheint Schwierigkeiten zu haben die Balance zu finden.</p> <p>Die junge, sportliche Person, die gerade auf dem SensoPro trainiert, scheint sehr stark zu schwitzen.</p> <p>Neben dem SensoPro steht ein Rollup/Bild/Banner. Darauf ist eine fitte, trainierte jung Frau zu sehen. Daneben steht: SensoPro die Sexy-Knackarsch-Maschine.</p>	<p>Was wäre, wenn gerade diese Personen darauf trainieren würden?</p> <p>Was wäre, wenn der SensoPro in einem separatem Raum wäre, quasi ein wenig versteckt?</p>

Übergang: Wir sind schon fast am Schluss, ich werde dir nun noch ein paar Fragen zu deiner Person stellen...

7

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
<p>Teil 6 Persönliches</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alter - Aktueller Beruf - Ausbildung - Anmerkungen / Ergänzungen 	<p>Alter?</p> <p>Aktueller Beruf?</p> <p>Welche Ausbildung?</p> <p>Beruflicher Werdegang?</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> - Bedanken für Teilnahme - Fragen - Unterschrift für Verwendung Daten 	<p>Vielen Dank für die Teilnahme und die Zeit die du mir zur Verfügung gestellt hast.</p>	

Übergang: Wir sind am Ende unseres Gesprächs, ich danke dir für deine Zeit und deine interessanten Ausführungen...

8

D Interviewleitfaden Zielgruppeninterview

Ready to take off?

- Sie Form oder Du Form
- Einverständnis für Tonaufzeichnung
- Gespräch über den Tisches führen
- Mich vorstellen (Wer bin ich, was studiere ich, was mache ich hier)



Welche Barrieren und Motive lassen sich bei der Zielgruppe «Fitnessbegeisterte» für die Nutzung des SensoPro's identifizieren?

Eröffnung:

Wie bereits erwähnt studiere ich an der Fachhochschule Nordwestschweiz. Im Rahmen meiner Bachelorarbeit habe ich nun ein paar Fragen zu allgemeinen Themen rund um das Thema Fitness und zum SensoPro. Wichtig ist mir noch, dass es keine richtigen oder falschen Antworten gibt, ich interessiere mich für deine persönliche Meinung. Verstehst du eine Frage nicht oder es ist dir unklar was ich von dir wissen will... Bitte jederzeit ungeniert nachfragen.

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Würde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
Teil 1: Generelle Aspekte zu Fitness			
Was bedeutet Fitness für dich?	<ul style="list-style-type: none"> - Bedeutung von körperlicher Fitness - Massnahmen um fit zu sein - Trainingsziel - Welche Körperbereiche werden trainiert - Trainingsmotivation 	<p>Was machst du um körperlich fit zu sein?</p> <p>Wer inspiriert (Vorbild) dich, wenn es um Fitness (Training) geht?</p> <p>Wofür genau ist diese Person das (Fitness) Vorbild? Art des Trainings, Körper oder Körperteile?</p>	<p>Andere Sportarten nebst Fitness? Verbesserung der Leistungsfähigkeit? Verletzungen/Gesundheitliche Probleme?</p> <p>Was ist dein persönliches Trainingsziel im Fitnessstudio? Welche Körperbereiche trainierst du?</p>

1

	<ul style="list-style-type: none"> - Positives – Komplimente - Motive für Training - Negatives - Ängste - Rolle der anderen Trainierenden - Wissen über Koordinationstraining 	<p>Was wäre das grösste Kompliment, dass man dir hinsichtlich des Trainings machen könnte?</p> <p>Was motiviert dich für das regelmässige Training?</p> <p>Was wäre das Schlimmste, dass dir beim Training passieren könnte?</p> <p>Wovor hast du Angst beim Training?</p> <p>Wie wichtig ist dir, was Andere beim Training von dir denken?</p> <p>Warum?</p> <p>Koordinationstraining Was kommt dir in den Sinn, wenn du an Koordinationstraining denkst?</p> <p>Wann machst du Koordinationstraining?</p>	<p>Haben sich deine Trainingsmotive/Gründe über die Zeit verändert? Wenn ja, wie?</p> <p>Inwiefern beeinflussen dich andere Trainierende im self?</p> <p>Wie wichtig ist dir Koordinationstraining?</p>
--	--	--	---

Übergang: Schön, ich danke dir für den Einblick in deine persönlichen Beweggründe. Jetzt werden wir über den SensoPro sprechen.

2

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
Teil 2 Rolle des Trainingsgerätes SensoPro: Was kommt dir in den Sinn, wenn du an SensoPro denkst?	<ul style="list-style-type: none"> - Was ist für dich SP - Likes SP - Dislikes SP - Gründe für Training auf SP - Wie wird auf SP trainiert - Wer sollte auf SP trainieren - Warum wird eher nicht auf SP trainiert 	<p>Likes: alles in allem – was gefällt dir am SensoPro? u.a. auch im Vergleich mit anderen Trainingsgeräten</p> <p>Dislikes: alles in allem – was gefällt dir am SensoPro nicht so gut? u.a. auch im Vergleich mit anderen Trainingsgeräten</p>	<p>Weitere Stärken?</p> <p>Weitere Schwächen?</p>
		<p> Warum trainierst du auf dem SensoPro?</p> <p>Wie trainierst du auf dem SensoPro?</p> <p>Wie erlebst du das Training auf dem SensoPro?</p>	<p>Wie kam es dazu, dass du mit dem Training auf dem SensoPro angefangen hast?</p> <p>Was bringt dir das Training auf dem SensoPro</p>
		<p> Warum trainierst du eher nicht auf dem SensoPro?</p> <p>Gab es negative Erlebnisse?</p>	<p>Warum, bitte ausführen...</p> <p>Was müsste sich ändern, dass du auf dem SensoPro trainieren würdest?</p>
		<p>Wem würdest du ein Training auf dem SensoPro empfehlen?</p>	<p>Warum sollten andere in deinem Alter auch auf dem SensoPro trainieren?</p>

3

<ul style="list-style-type: none"> - Typische Nutzer/in auf SP - Verhalten im Studio - Verhalten ausserhalb des Studios - Interaktion mit Anderen - Wie wäre es für dich 	<p>Jetzt einmal ganz frei gesprochen... Beschreibe einen typischen SensoPro Nutzer/Nutzerin...</p> <p>Wenn du so darüber dachdenkst: Wer trainiert sonst noch so auf dem SensoPro?</p>	<p>Vertiefende Aspekte: Geschlecht, Alter Körper, Style Beruf & Hobby Trainingsverhalten, Interaktion mit Trainern, sonstiges Verhalten im Studio, Interaktion mit dir(!)</p>
<p>Wenn niemand von der Zielgruppe beschrieben wird...</p> <p>→ Perspektivenwechsel, Person wieder verlassen</p>	<p>Wie wäre es dann für dich, wenn du auf dem SensoPro trainierst / trainieren würdest?</p> <p>Wie ist deine Interaktion mit anderen Trainierenden?</p> <p>Wer schaut zu?</p> <p>Was denkt diese Person über dich...?</p>	<p>Trainingsverhalten, Interaktion mit Trainern, sonstiges Verhalten im Studio</p> <p>Wer ist diese Person? Wie ist diese Person?</p>

Übergang: Wir sind schon fast am Schluss, ich werde dir nun noch ein paar Fragen zu deiner Person stellen...

4

Leitfrage (Erzählaufforderung)	Check – Wurde das erwähnt? Memo für Nachfragen	Konkrete Fragen	Aufrechterhaltungs- & Steuerungsfragen
Teil 3 Persönliches	<ul style="list-style-type: none"> - Generelle Fragen zum Training - Informationsquellen - Alter - Aktueller Beruf - Ausbildung - Anmerkungen / Ergänzungen 	<p>Wie lange trainierst du schon? Wie oft trainierst du?</p> <p>Rund um das Thema Fitness: Wie (Wo) informierst du dich?</p> <p>Senso Pro schon einmal auf Instagram gesehen?</p> <p>Alter? Aktueller Beruf? Welche Ausbildung?</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> - Bedanken für Teilnahme - Fragen - Unterschrift für Verwendung Daten 	<p>Vielen Dank für die Teilnahme und die Zeit die du mir zur Verfügung gestellt hast.</p>	

Übergang: Wir sind am Ende unseres Gesprächs, ich danke dir für deine Zeit und deine interessanten Ausführungen...

E Einwilligungserklärung

Einwilligungserklärung:

Die Durchführung der Studie geschieht auf der Grundlage der Bestimmungen des Datenschutzgesetzes. Der Interviewer unterliegt der Schweigepflicht und ist auf das Datengeheimnis verpflichtet. Die Arbeit dient allein wissenschaftlichen Zwecken. Ich sichere dir folgendes Verfahren zu, damit deine Angaben nicht mit deiner Person in Verbindung gebracht werden können.

- ich gehe sorgfältig mit dem Erzählten um
- ich anonymisiere, d.h. ich verändere alle Personenangaben
- die Aufnahme wird abgetippt und anschliessend gelöscht
- es besteht nur ein anonymisiertes Transkript

Angaben zu der interviewten Person:

Nachname: 

Vorname: 

Ich bin damit einverstanden, dass einzelne Sätze, die aus dem Zusammenhang genommen werden und damit nicht mit meiner Person in Verbindung gebracht werden können, als Material für wissenschaftliche Zwecke und die Weiterentwicklung der Forschung genutzt werden können.

Unter diesen Bedingungen erkläre ich mich bereit, das Interview zu geben und bin damit einverstanden, dass es auf Band aufgenommen wird, abgetippt, anonymisiert und ausgewertet wird.

Frutigen, 1. April 2019

Unterschrift: 

F Auswertung Experteninterview

Insights über Zielgruppe:

- 90 % die ins self kommen, kommen nur wegen der Optik*
- Zielgruppe ist grundsätzlich sehr interessiert, motiviert.
- Verletzungen muskulärer Natur eher kein Thema im Studio
- Junge holen sich in den sozialen Medien Inspiration. Dadurch haben viele Trainierende Ziele, die sie kaum erreichen können, und die einfach von der Genetik her so nicht möglich sind.
- Social Media vermittelt einem fast unerreichbare Ziele, zusätzlich ist es oft Fake. Kann auf Zielgruppe krasse Auswirkungen haben, führt fast schon zu Depressionen.»
- Ob das Fitnesspersonal die Zielgruppe erreicht oder nicht unterscheidet sich von Trainer zu Trainer. Nutzen aber auch ganze Quellen als Trainer, oft Internet oder Social Media.
- Viele haben wenig Zeit im Fitness, sie wollen relativ schnell ihr Programm machen und gehen dann wieder.

*Gründe für die Aussen/Optik

- Erster Eindruck, sexuelle Komponente (Attraktivität beim anderen Geschlecht).
- Beeinflusst durch Kleidergrößen/Mode/Passform der Mode
- Einfluss von CH Influencer fast = 0. Zielgruppe ist inspiriert von Deutschland und USA.
- Vorbilder/Heldenfiguren

Frauen	Männer
<ul style="list-style-type: none"> • «Frauen wollen eher weniger Muskeln, also nicht zu dicke Muskeln.» • Bauch-Beine-Po wird trainiert. • gehen weniger voll an die Grenzen, sind weniger diszipliniert • «Machen sich viele Gedanken und sind komplizierter als die Männer («Sie hinterfragen alles viel mehr als die Männer») • «Frauen sind eher empfänglich für bewusstes trainieren, hören besser zu.» • Gehen eher auf Trainer zu und stellen Fragen («sie genieren sich nicht zu fragen») • Frauen sind mutiger, wenn es darum geht neues auszuprobieren beim Training. 	<ul style="list-style-type: none"> • «Die Männer kommen oft nur trainieren, weil sie so aussehen wollen wie ihre Heldenfiguren.» • «Dicke Muskeln und aufgepumpte Adern, aber Leistungsfähigkeit ist eher kein Thema.» • «Vom Gürtel an aufwärts (Arme, Brust)» • «eher weniger kompliziert, die machen einfach.» • Männer hören fast nicht auf die Trainer, wobei es noch noch auf den Trainer ankommt. Wenn der Trainer optisch dem Stereotyp Muskelmann entspricht dann schon. «Männer wissen alles besser als die Trainer» • Männer gehen heimlich auf den SensoPro, denn die wollen sich halt nicht blamieren, wenn sie es nicht können, die denken halt sie müssen alles besser können als die Frauen «Für Mann ist es ein Problem, wenn die Frauen es auf dem gleichen Gerät besser können».

Weiterführende Gedanken des Forschenden:

Aus den Experteninterviews geht hervor, dass die Trainingsmotivation hauptsächlich darauf zurückzuführen ist, dass die Trainierenden «besser» aussehen wollen. Diese Schönheitsideale gilt es sicherlich kontrovers zu diskutieren. Denn für viele Trainierende sind diese Körperideale kaum zu erreichen (Psychischer Druck/Belastung). Die wichtigsten Einflüsse sind die Vorbilder/Heldenfiguren respektive Influencer. Auch die Kleidermode respektive die Taillierung impliziert solche Schönheitsideale und beeinflusst die Zielgruppe sehr stark. Das Rollenbild für Männer wie auch für Frauen scheint ein sehr wesentlicher Faktor zu sein. Aus der Perspektive von SensoPro kann hierbei von einem Issue gesprochen werden, welchen es bewusst zu bearbeiten gilt. Auch die Dynamik innerhalb des Fitnessstudios scheint eine wesentliche Rolle zu spielen. Dabei beeinflussen sich die weiblichen und männlichen Trainierenden dieser Zielgruppe gegenseitig. Jedoch nicht primär im positiven Sinne. Es ist eher das Gegenteil der Fall, dass die Männer aufgrund der hohen Frauenquote auf dem SensoPro eher nicht darauf trainieren wollen. Auch weil auf dem SensoPro Frauen meistens mindestens gleichgut, wenn nicht «optisch besser» trainieren als die Männer.

Gründe für Koordinationstraining:

- «Direkter Nutzen für den Kraftsport ist so nicht vorhanden (Nice to have), aber die range of motion kann sicherlich verbessert werden. Dadurch können die Bewegungen sauberer ausgeführt werden.»
- «Grundsätzlich würde ich es jedem empfehlen Koordination zu trainieren. Insbesondere Leuten die anspruchsvolle Sportarten machen.»
- «Koordination ist eine grosse Herausforderung bei intensivem Krafttraining im Sinne von Balance halten können, Körper einschätzen können. Wo geht jetzt was hin. Hilft für besseres Körper Gespür, also Körperwahrnehmung»

Weiterführende Gedanken des Forschenden:

Den Nutzen von Koordinationstraining im Sinne der Trainingswissenschaft können die Experten nicht explizit benennen. Aus den Antworten geht jedoch hervor, dass das Wissen der Experten über Koordinationstraining in die richtige Richtung geht. Die Frage nach dem Nutzen konnte aber nur schwer beantwortet werden und es wurde mehrmals darauf hingewiesen, dass dies schwer zu erklären sei. Es ist davon auszugehen, dass bei der Zielgruppe kaum oder kein Wissen über Koordinationstraining vorhanden ist. Es wird eher davon ausgegangen, dass das Alltagswissen über Koordinationstraining eher «falsch» als richtig sein wird. Die Frage ist wie kann man den Nutzen in einfachen Worten aber dennoch nachvollziehbar kommunizieren (Nudging oder MINDSPACE).

Rolle des Trainingsgerätes SensoPro

Die Anschaffung des SensoPro war anfänglich eine reine Marketingmassnahme für das self-fitness. Der Besitzer wollte damit seiner Kundschaft etwas Neues bieten.

- «Videoerklärung ist perfekt, man sieht sehr gut was man machen muss. Visueller Aspekt ist perfekt. Was man im Bereich Koordination darauf trainieren kann ist genial. Man hat keine Ahnung was einem erwartet finde ich mega gut. Macht mega Spass.»
- «Man kann schon einfachste Übungen kaum managen, super Challenge, kommt schnell ausser Atem, und es ist mal etwas Neues. Sieht einladend aus zum Trainieren.»
- «Das Verbrauchsmaterial ist nicht so gut. Also die Gummibänder Qualität. Die Leute haben dann das Gefühl, es ist nicht sauber. Aber die Gummizüge sind einfach nur spröde»
- «Eher kleinere Personen haben Mühe an die Bänder ranzukommen, dass ist der einzige Nachteil.»
- «Die Leute verstehen die Funktion des SensoPros. Sie sagen, mir bringt es einfach nichts, wenn ich verbesserte Koordination habe für Krafttraining, das ist ihr Urteil.»
- «Sollte an einem Ort stehen wo man als Trainierenden seine Ruhe hat.»

Weiterführende Gedanken des Forschenden:

Die Experten sind alle begeistert vom SensoPro. Es ist sogar so, dass die Erwartungen übertroffen werden, wenn damit trainiert wird. Dies wohl auch aufgrund dessen, wenn man das Trainingsgerät nicht kennt, kaum Erwartungen an das Trainingsgerät hat und deshalb einfacher positiv überrascht werden kann. Solange die Trainierenden es trotzdem ausprobieren ist dies kein Problem. Wenn aber das Trainingsgerät eher eine Unsicherheit anstatt Neugierde bei den Trainierenden auslöst, dann ist dies ein erheblicher Nachteil. Dies könnte eine mögliche Erklärung sein, warum diese Zielgruppe insbesondere die Männer nicht darauf trainieren. Es wird spannend sein zu erfahren, was die Zielgruppe über den SensoPro denkt und welche Vorurteile/Vorannahme bei der Zielgruppe über den SensoPro vorhanden sind.

Motive und Barrieren

Zielgruppe Fitnessbegeisterte		
	Motive	Barrieren
Interne Einflüsse	<ul style="list-style-type: none"> • Spass beim Training. • Trainierende welche sich im Leistungsbe- reich verbessern wollen, weil sie weitere Sportarten ausüben (Polysportive). • Trainierende welche eine Verletzung hatten • Trainierende welche gesundheitliche Be- schwerden haben/hatten. • Frauen: Weil diese eher auf die sanfte Tour trainieren wollen und SensoPro eine spieleri- sche Komponente hat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Scham Gefühl: Wenn man etwas nicht auf Anhieb gut kann (SensoPro ist sehr an- spruchsvoll) «Denken halt sie machen sich ein wenig zum Clown, wenn sie so darauf rumturnen». • Trainierende fühlen sich ausgestellt, weil es etwas Neues ist und das Gerät optisch viel Platz einnimmt, man fällt auf. (Warum fühlt man sich ausgestellt?) • Individuelles Trainingsverhalten: Die die nur Krafttraining machen gehen gar nicht darauf. • Es ist nicht intuitiv erkennbar für was der SensoPro gut sein soll («Was bringt das»). Verunsichert die Trainierenden. • Das Geschlecht: Männer gehen fast nicht auf den SensoPro.
Externe Einflüsse	<ul style="list-style-type: none"> • Wenn andere besonders fitte (athleti- sche/muskulöse) Trainierende auf dem Sen- soPro trainieren würden. • Wenn andere Trainierende der Zielgruppe be- sondern «verrückte» (anspruchsvolle) Übun- gen auf dem SensoPro trainieren. • Wenn für die Zielgruppe relevanten Vorbil- der/Influencer auf dem SensoPro trainieren und dies auf Instagram posten. • Für die Männer: Wenn vermehrt Männer da- rauf trainieren würden und nicht nur Frauen und Alte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Wenn Pensionierte darauf trainieren «mache doch nicht so Weichspüler Übungen» • Wirkung gegen aussen: Was denken andere über mich insbesondere die anderen Trainie- renden im Studio, «will nicht dumm ausse- hen»: • «Trainierende haben das Gefühl, dass sie ein wenig ausgestellt sind auf dem Gerät (Wo steht Gerät, warum fühlt man sich ausge- stellt).» • SensoPro ist zu wenig auf Instagram verbreit- et, respektive nicht bei den für die Ziel- gruppe relevanten Influencer/Hashtags. • *Viele Trainer gehen nicht auf SensoPro ein, ausser es wird von den Trainierenden explizit danach gefragt («Von den 15 Trainern sind es einfach nur 3 die von sich aus auf den Sen- soPro eingehen»).

*Reaktion, wenn der Trainer sagt: «Geh doch mal auf den SensoPro». Insbesondere bei den männlichen Trainierenden kommt als Reaktion: «Echt, jetzt» und dann verdrehen sie die Augen.

Weiterführende Gedanken des Forschenden:

Insbesondere bei den jungen Männern, die nicht auf dem SensoPro trainieren scheint sich eine wohl eher implizit ablehnende Haltung gegenüber diesem Trainingsgerät entwickelt zu haben. Dies obschon viele das Trainingsgerät nicht kennen und noch nie ausprobiert haben. Die Einflussfaktoren sind sehr vielseitig und wohl auch themenübergreifend. Das heisst es ist ein Zusammenspiel der Rolle des Trainierenden, des Umfeldes, des Fitnessstudios, der Gesellschaft/Medien. Beispielsweise ist ein Grund, dass die Männer nicht darauf trainieren, dass fast ausschliesslich Frauen und ältere Leute darauf trainieren. Es scheint also nicht in ihr Rollenkonzept zu passen, respektive nicht zu dem stereotypischen Verhalten von Männern in self-fitness. Es geht um aktuelle Rollenbilder und gesellschaftliche Normen. Es ist demzufolge auch davon auszugehen, dass insbesondere die männlichen Trainierenden dieser Zielgruppe mit einer direkten kommunikativen Ansprache durch SensoPro kaum zu erreichen sein werden, respektive sich das Verhalten/Einstellung der Zielgruppe so nicht verändert werden kann. Es ist anzunehmen, dass entwickelte Reaktanz nicht durch «offensichtliche» Werbung aufgebrochen werden kann. Viel mehr empfiehlt es sich die Einstellung gegenüber dem Trainingsgerät SensoPro indirekt zu beeinflussen (Nudging -> Kriterien von Manipulation/Beeinflussung beachten Transparenz als Stichwort). Beispielsweise könnten bewusst Vorbilder mit einer grossen Reichweite als Marken Botschafter rekrutiert werden. Dazu braucht es aber eine klare Strategie.

G Fallzusammenfassung B2

B2 ist 21 Jahre jung, männlich, Polymechaniker, und trainiert im self-fitness in Frutigen. Früher hat er Fussball gespielt, heute trainiert er nur noch im Fitness-Center. Aus der Fussballzeit hat er Knie- und Rückenprobleme, sonst aber keine gesundheitlichen Beschwerden. Fitness ist ihm wichtig, aber es ist für ihn kein Lifestyle. Das zeigt sich auch darin, dass er ein Trainingsvorbild und kein spezielles Trainingsziel hat. Er definiert sich nicht primär über sein Äusseres, obwohl das Optische für ihn trotzdem wichtig ist. Sein körperliches Idealbild ist Cristiano Ronaldo. Er trainiert um körperlich fit zu sein, achtet dabei auf ein seriöses/gesundes Training. Das bedeutet ohne zu grosse Gewichte. Sein Interesse und seine Motivation am Thema Fitness kann als durchschnittlich beschrieben werden. Unter Koordinationstraining versteht er Übungen für das Gleichgewicht, es ist ihm jedoch nicht mehr wichtig und er braucht es auch nicht. Koordination hat er trainiert als er noch Fussball gespielt hat. Er ist überzeugt von seinen Qualitäten und Fähigkeiten in Bezug auf das Fitness Training und den eigenen Körper, und er wirkt selbstbewusst. Der SensoPro hat er schon wahrgenommen, er benutzt ihn aber nicht, weil er ein eher negatives Bild darüber hat. Mit dem SensoPro kann vor allem Gleichgewicht trainiert werden und auch ein wenig Ausdauer. Er ist nicht der Meinung, dass man darauf auch Kraft trainieren könnte. Einerseits findet er, dass es lustig aussieht wie andere darauf trainieren, andererseits fragt er sich wie effizient der SensoPro wirklich ist. Er sieht hauptsächlich ältere Personen und Frauen auf dem SensoPro trainieren. Aufgrund seines Selbstbildes ist er überzeugt, dass das Training auf dem SensoPro für ihn keine grosse Herausforderung ist. Dies hängt auch mit seinen Beobachtungen von anderen Trainierenden zusammen. All diese Feststellungen und Erwartungen vom Training auf dem SensoPro führen dazu, dass er es ausschliesst darauf zu trainieren. Er hat nicht das Ziel in diese Richtung zu gehen. Es ist davon auszugehen, dass der SensoPro so gar nicht zu seinem Selbstkonzept passt.

H Fallzusammenfassung B3

B3 ist weiblich, 22 Jahre jung und arbeitet im Büro. Fitness ist ein wichtiger Ausgleich zum Büroalltag. Sie trainiert seit 2.5 Jahren zwei bis dreimal pro Woche. Zusätzlich spielt sie noch Unihockey im Verein. In der Vergangenheit hatte sie vermehrt Probleme mit den Bändern, da sie immer wieder Misstritte gemacht hat. Sie hat kein Trainingsvorbild. Sie trainiert um immer mehr leisten zu können und sich so immer mehr zu steigern. Was das bedeutet, kann/will sie nicht benennen. Sie trainiert vor allem den Unterkörper, die Beine und den Po. Sie sagt dies sei der Klassiker bei jeder Frau. Auch wenn sie es nicht zugibt, ihr Trainingsfokus beschränkt sich klar auf Äusserlichkeiten, auch wenn sie sagt, dass ihr das eigentlich egal sei. Sie widerspricht sich in diesem Punkt immer wieder selbst. Sie sagt es sei ihr wortwörtlich «scheissegal» was andere von ihr denken. Sie trainiert diejenigen Körperstellen, welche dem gesellschaftlichen Idealbild von Frauen entsprechen. Sie wirkt sehr selbstbewusst, zumindest möchte sie, dass ich diese Meinung von ihr habe. Andere können ihr eigentlich nichts anhaben. Wie beschrieben, lassen die Aussagen aber daran zweifeln ob ihr Selbstbewusstsein wirklich so gross ist.

Zum Thema Fitness informiert sie sich auf YouTube insbesondere auf dem Kanal von Sofia Thiel; sie hat kein Instagram und hat den SensoPro noch nie im Internet/Sozialen Medien gesehen.

Mit Koordinationstraining assoziiert B3 zugleich den SensoPro. Unter Koordinationstraining versteht sie vor allem das Training des Gleichgewichts. Sie kennt Koordinationsübungen vom Unihockey. Es ist ihr wichtig, weil es ihr in allen Lebensbereichen etwas bringt.

Aufgrund der Bänder Verletzung wurde ihr empfohlen mit dem SensoPro zu trainieren. Sie ist sehr überzeugt vom SensoPro und trainiert nun regelmässig damit.. Der Vorteil des SensoPro liegt darin, dass man Kraft, Ausdauer und Koordination mit einem Gerät trainieren kann. Besonders wichtig ist für sie die Vielseitigkeit. Sie trainiert auf dem SensoPro nicht nur aufgrund ihrer Verletzungen, sondern weil es ihr Spass macht. Nach ihrer Meinung sollten auf dem SensoPro alle trainieren, ob jung oder alt. Das Training erlebt sie anstrengender als sie es erwartet hat (mentales Bild, es wirkt nicht anstrengend). Für sie ist der SensoPro auch ein Ersatz für andere Trainingsgeräte, da sie nicht gerne mit dem Hometrainer oder Laufband trainiert. Diese Geräte sind ihr zu langweilig und eintönig. Gerne benutzt sie den SensoPro auch als Aufwärmgerät. Negativ findet sie nur, dass die Pausen zwischen den Übungen zu kurz sind.

I Fallzusammenfassung B5

B5 ist weiblich, 20 Jahre alt, arbeitet im Büro und besucht noch die Berufsmittelschule. Sie trainiert in Münsingen zwei bis drei Mal pro Woche, dies seit mehr als zwei Jahren. Fitness ist für sie ein wichtiger Ausgleich zum Alltag und sie kann dadurch abschalten. Nebst Fitness geht sie regelmässig joggen und ernährt sich ausgewogen. Früher hatte sie gerne getanzt, und nachdem sie damit aufgehört hat, begann sie mit dem Fitness Training. Dadurch ist sie auch zeitlich flexibler. Sie hatte bisher keine Verletzungen und achtet auf ihre Gesundheit.

Für das Training hat sie kein bestimmtes Vorbild. Inspiriert ist sie aber durch das gesellschaftliche Idealbild der Frau. Ein trainierter Po und Beine, sowie ein trainierter Bauch ist ihr wichtig. Die Armee trainiert sie wenig, weil ihr das als Frau nicht so wichtig ist und sie es auch nicht braucht. Dieses Idealbild bekommt sie vor allem durch die Medien und berühmte Personen vermittelt. Sie wirkt sehr überlegt und reflektiert das Frauenbild sehr ehrlich. Durch das Training hat sie das Ziel sich wohl zu fühlen. Das heisst sicherlich auch diesem Frauenbild zu entsprechen. Das zeigt sich in ihrem Trainingsverhalten. Sie trainiert ausschliesslich die klassischen Zonen einer Frau (Bauch, Beine, Po). Diese Unsicherheiten in Bezug auf das eigene Erscheinungsbild zeigt sich auch darin, dass sie neue Übungen lieber erstmals zu Hause ausprobiert. Weil sie nichts machen möchte «was dumm aussehen» könnte.

Sie informiert sich vor allem über YouTube und probiert dann Übungen auch zu Hause aus. Instagram hat sie nicht mehr, weil es ihr zu oberflächlich ist.

Unter Koordinationstraining versteht sie Geschicklichkeit, sie trainiert dieses aber nicht besonders oft.

Mit dem SensoPro verbindet sie vor allem das Koordinationstraining aufgrund der Übungen für die Balance. Sie hat andere Trainierende beobachtet und dabei festgestellt, dass mehrheitlich ältere Leute und Physio-Patienten den SensoPro benutzen. Dabei findet sie, dass es oft schon auch komisch aussieht, wenn andere darauf trainieren und sich viele dadurch vermutlich bremsen lassen. Der typische Anwender ist für sie 60+. Wenn jüngere Personen damit trainieren, sind es hauptsächlich Frauen. Sie hat auch schon auf dem SensoPro trainiert, weil es ihr Ernst/Instruktor empfohlen hat. Sie findet es gut, dass gezielt darauf trainiert werden kann und die Übungen angeleitet sind. Sie hat vor allem das Bauch-Beine-Po Programm trainiert. Zudem benutzt sie den SensoPro vor allem zum einwärmen und auslaufen. Als möglichen Grund dass sie nicht mehr so oft darauf trainiert gibt sie an, dass für sie Beine, Bauch und Po Priorität haben, und sie der Meinung ist, das klassische Training sei effektiver als das Training mit dem SensoPro. Dazu kommt, dass sie sich beim Training je nach Übung etwas blöd gefühlt hat auf dem SensoPro (auch weil sie beobachtet hat wie es bei anderen aussieht). Es fehlen ihr die Gewichte, dass heisst sie kommt auf dem SensoPro nicht an ihre Grenzen, darum nutze sie ihn nicht mehr. B5 vermutet zwar, dass es möglich wäre aber durch ihr Nutzung des SensoPros erreicht sie diese Schwelle nicht.

Regelmässiger würde sie gehen, wenn man es ihr schmackhafter machen würde. Zum Beispiel mit einem Kurs oder einer Instruktion. Man müsste ihr zeigen wie sie an die Grenzen kommt. Sie muss den Output fühlen oder es muss ihr erklärt/aufgezeigt werden.

J Fallzusammenfassung B8

B8 ist männlich, 20 Jahre jung, ist Hauswart. Er trainiert seit 3 Monaten in Münsingen 3-mal pro Woche. Fitness bedeutet für ihn körperliche Anstrengung und Weiterentwicklung. Bereits nach dem 3-monatigem Training hat sich sein Selbstvertrauen schon gesteigert. Dies steht im Zusammenhang mit der körperlichen Weiterentwicklung sprich Muskelaufbau. Das ist für ihn ein wichtiger Grund fürs Training. In seiner Freizeit bewegt er sich gerne, und ist sehr fit. Bisher hatte er noch keine Verletzungen oder gesundheitliche Probleme. Ein Trainingsvorbild hat er nicht, sein körperliches Idealbild ist Cristiano Ronaldo. Es ist für ihn wichtig, und er möchte auch so aussehen, weil dies den Frauen gefällt. Ein Grund für das Training im Fitness Center sind auch Unsicherheiten, die mit seinem Körper in Zusammenhang stehen. Dies wird ihm besonders in Schwimmbädern wie das Marzili beeinflusst. Mit Muskeln wird er sich dort selbstsicherer fühlen. Sein Trainingsziel ist es kontinuierlich Muskeln aufzubauen. Das zeigt sich auch in seinem Trainingsverhalten. Er trainiert den ganzen Körper auch die Beine, schwerpunktmässig aber die Arme, weil er findet, dass er es dort am meisten nötig hat. Auch hier spielen gesellschaftliche Schönheitsideale für Männer eine prägende Rolle. Er sagt von sich, dass es ihm egal ist, was andere über ihn denken oder wie sie ihn wahrnehmen. Das ist das Selbstbild, das er von sich haben möchte. Seine Unsicherheiten zeigen aber, dass ihm das schon sehr wichtig ist wie er nach aussen wirkt. Er informiert sich nicht gross zum Thema Fitness weder im Instagram noch im Internet. Koordinationstraining verwechselt er mit Konditionstraining. Unter Koordinationstraining kann er sich nicht viel vorstellen.

Mit dem SensoPro verbindet er ein Trainingsgerät wo man alle Körperteile trainieren kann. Er hat noch nie mit dem SensoPro trainiert, hat aber sehr genau beobachtet wie andere darauf trainieren und wirken. Das Gerät sticht für ihn hervor, das könnte eine möglich Erklärung sein. Einerseits optisch wie auch von den Leuten die darauf trainieren. Optisch vor allem von der Farbe und von der Grösse. Er findet, dass es schlau und spannend aussieht. Einen Nutzen sieht er vor allem für alte Leute, weil das Gerät einfach zu bedienen ist und alles vorzeigt. Da er meistens nur alte Leute mit dem SensoPro trainieren sieht, würde er selber nicht damit trainieren, auch weil es langsam aussieht. Einzig sein Kollege hat damit trainiert, und dafür negative Reaktionen von Personen erhalten. Er wirkt aber überhaupt nicht abgeneigt, er wirkt interessiert, aber die Barrieren aufgrund der alten Leute stehen im noch im Weg. B8 ist grundsätzlich offen, um mit dem SensoPro zu trainieren, jedoch erst wenn er mehr Junge damit trainieren sieht.

K Fallzusammenfassung B9

B9 ist weiblich, 23 Jahre jung, trainiert in Münsingen und arbeitet als Hochbauzeichnerin. Sie trainiert seit mehreren Jahren zweimal pro Woche. Fitness ist für sie ein guter Ausgleich zum Alltag im Büro und sie geht gerne ins Fitness-Center um sich auspowern zu können. Neben dem Fitness Training ist sie auch in der Freizeit sportlich aktiv jedoch nicht in einem Verein. Sie spielt ab und zu Badminton oder Squash oder geht wandern. Verletzungen oder gesundheitliche Probleme hat sie keine. Sie hat kein bestimmtes Trainingsziel, kein Vorbild und auch kein körperliches Idealbild. Sie trainiert mit Ausdauergeräten wie Stepper oder Velo beim Aufwärmen, und anschliessend mit den klassischen Trainingsgeräten. Den Schwerpunkt setzt sie auf Beine, Bauch und Po, dabei trainiert sie Ausdauer und Kraft. Sie informiert sich nicht gross zu Fitness und Training. Wenn überhaupt dann auf Social Media oder über Apps. Den SensoPro hat sie noch nie in den sozialen Medien oder im Internet wahr genommen. Unter Koordinationstraining versteht sie ausgewogene Übungen zur Ausdauer, Gleichgewicht und Kraft.

Sie findet, dass der SensoPro spannend aussieht und vielseitig ist. Sie ist nicht abgeneigt ihn einmal auszuprobieren, hat das aber bisher noch nicht gemacht. Einen Grund kann sie dafür nicht nennen, insgesamt wirkt sie eher verschlossen und schüchtern. Sie denkt, dass der SensoPro sicherlich für das Gleichgewicht gut ist. Weshalb sie nicht auf dem SensoPro trainiert könnte in dem Zusammenhang stehen, weil man mit dem SensoPro nicht mit Gewichten trainiert, und sie deshalb denkt, mit anderen Geräten sei es effektiver. Sie beobachtet eher Frauen auf dem Gerät. Männer auf dem SensoPro kann sie sich eher nicht so vorstellen. Leider kann sie auch hierfür keinen Grund nennen.

L Fallzusammenfassung B10

B10 ist weiblich, 16 Jahre jung, trainiert in Münsingen und absolviert die Fachmittelschule. Sie trainiert seit anfangs 2019 zweimal pro Woche. Sie ist sehr sportlich und macht nebst Fitness-Training noch Leichtathletik, auch zweimal pro Woche. Sie hat einen starken Drang sich zu bewegen, deshalb geht sie auch ins Fitness-Center. Da sie Probleme mit dem Fuss bekam und deshalb keine Leichtathletik Wettkämpfe mehr bestreiten kann, ist dies mit ein Grund weshalb sie mit dem Fitness Training begonnen hat. Sie hat kein bestimmtes Idol oder Trainingsvorbild. Sie trainiert jedoch auch um dem gesellschaftlichen Idealbild der Frau zu entsprechen. Sie sagt die Sommerfigur muss dann schon passen. Ihre Figur ist ihr wichtig. Sie trainiert nach dem Aufwärmen meistens mit dem Laufband oder dem Stepper, dann mit den klassischen Krafttrainingsgeräten und am Schluss noch mit dem eigenen Körpergewicht. Oftmals trainiert sie allein oder mit einer Kollegin. Grundsätzlich zieht sie aber einfach ihr Ding durch und lässt sich nicht von anderen beeinflussen. Sie wirkt sehr selbstbewusst und selbstsicher. Sie informiert sich zu Fitness Themen auf YouTube oder Instagram, jedoch nicht auf bestimmten Kanälen, sondern nutzt jeweils die Suchfunktion. Den SensoPro hat sie noch nie in den sozialen Medien oder im Internet gesehen. Das Koordinationstraining kennt sie von der Leichtathletik her und findet, dass es grundsätzlich für alle wichtig ist. Im Fitness-Center trainiert sie es aber nicht bewusst.

Der SensoPro ist für sie ein komisches Gerät und es sieht kompliziert aus. Die Grösse des Gerätes und die Seile irritieren sie. Sie denkt, dass man darauf Koordination trainieren kann, jedoch eher nicht Kraft oder Ausdauer. Dies vor allem, weil sie fast ausschliesslich alte Leute darauf trainieren sieht. Zudem findet sie, dass die Übungen, welche andere Personen darauf machen komisch aussehen. Ihr typisches Bild von einem SensoPro Anwender ist eine ältere, sportliche, dünne Person. Warum sie nicht darauf trainiert ist darauf zurück zu führen, dass sie auf dem Gerät nur ältere Leute sieht und es für sie deshalb keine Herausforderung sein kann, respektive es ihr nichts bringen würde. Da sie die Bedienung des Gerätes nicht kennt, ist dies ein weiterer Grund den SensoPro nicht zu benutzen.

M Codierleitfaden

HK	SK	Definition	Quellenverweise
Zielgruppe	Eigenschaften	Umfasst soziodemografische Informationen über die Zielgruppe. Dazu zählt der Beruf, die Ausbildung, das Alter. Umfasst auch weitere Besonderheiten, die für die Beschreibung der Eigenschaften interessant sind: Hobbys und Interessen, grundlegende Einstellung/Überzeugungen in Bezug auf den Kontext Fitness und Training.	<p>B1: Ja also eben ich komme hier hin und trainieren hier. Auch sonst in der Freizeit gehe ich oft wandern. Wir haben einen Bauernhof zu Hause und bin dort viel am Helfen. Das gehört dort für mich sicher auch rein, dort arbeitet man auch körperlich. Auch viel in der Natur sein. Eben zur Gesundheit gehört das sicher auch dazu.</p> <p>B8: Ausserhalb ja (.) arbeite ich als Hauswart. Das ist manchmal auch körperlich, wo es mich so ein wenig braucht. Und dann im Sommer so Hobby mässig Bergsteigen. Klettern. Wandern. So ein wenig auf den Berg rennen und so. Und eh ja also ich bewege mich grundsätzlich gerne auch in der Freizeit. Bin oft draussen. Ja genau das ist so das</p>
	Selbstkonzept	Umfasst alle Aussagen welche Rückschlüsse auf das Selbstkonzept ermöglichen. Es wird nach Äusserungen gesucht die sich auf das ideale und reale Selbstkonzept, auf das Körperbild und das Selbstbewusstsein beziehen.	<p>B3: Momentan extrem Unterkörper, wo ich mache. Also Beine. Hinterteil und so. Bauch Beine Po. Der Klassiker wie jede Frau.</p> <p>B6: Also die Aufteilung. Also er ist nicht eine übertriebene Maschine, wie jetzt Dawyne The Rock Johnson. Aber ich sage sicherlich die Proportionen wo ich einfach krass finde bei ihm und trotzdem die Athletik, die er hat. Er ist nicht einfach nur aufgeblasen. Wo ich damals den Film gesehen habe, da musste ich sagen fuck, wenn ich einmal so werde wie er. Wow. Das ist so ein wenig mein körperliches Vorbild, wenn du so willst.</p>
	Trainingsmotive	<	<p>B1: Verletzungen nicht unbedingt. Also ich habe eine Bürolehre gemacht und bin nicht so schlau gehockt. Darum hatte ich hier ((I zeigt auf Schulter)) mit der Schulter ein wenig Probleme gehabt. Durch das bin ich eigentlich hierhergekommen, um dem ein wenig entgegen zu wirken.</p> <p>B8: (..) Mein Trainingsziel ist eigentlich. So kontinuierlich aufbauen. Aber jetzt so Cristiano mässig. Aber nicht mehr. Einfach auf jeden Fall athletisch. Und fit bleiben. Und ja.</p>

	<p>Trainingsverhalten</p> <p>Umfasst das allgemeine Trainingsverhalten der Zielgruppe. Darin eingeschlossen ist wie oft und wie lange schon trainiert wird, welche Körperbereiche trainiert werden, Interaktion mit Anderen, ob alleine oder in der Gruppe trainiert wird, mit welchen Geräten/Instrumenten trainiert wird, Trainingsabläufe, aber auch was nicht trainiert wird.</p>	<p>B3: Momentan extrem Unterkörper, wo ich mache. Also Beine. Hinterteil und so. Bauch Beine Po. Der Klassiker wie jede Frau.</p> <p>B6: Das variiert je nach Training. Im Moment gehe ich einfach einmal pro Woche, weil ich nicht noch mehr Beinmuskulatur möchte als vom Volumen her. Sondern weil es jetzt eben tief rein soll. Ich möchte gerne auch ein wenig athletischer wirken und stabiler. Und für das finde ich es eben gut.</p>
	<p>Wissensquellen</p> <p>Umfasst wie und wo sich die Zielgruppe zum Thema Fitness informiert und welche Wissensquellen sie nutzen. Darin eingeschlossen sind: Trainer, Bezugsgruppen, Meinungsführer, persönliches Umfeld, Social Media, Internet etc.</p>	<p>B1: Ich bin oft im Internet auf YouTube. Da schaue ich auch so die Videos und lasse mich inspirieren durch irgendwelche Übungen wo sie machen. Das finde ich schon noch cool. Da sieht man auch so verschiedenes sei es so Geräte oder mit der Matte und dem eigenen Körper. Das finde ich schon noch praktisch.</p>
	<p>Kontextwissen</p> <p>Umfasst das Wissen der Zielgruppe zum Thema Fitness. Darin eingeschlossen ist das Wissen über Koordinationstraining, Kraft-Muskeltraining, etc. aber auch das Unwissen/Nichtwissen.</p>	<p>B5: Koordination ((lacht)). Gehört da Ausdauer auch dazu? Ist das so Geschicklichkeit?</p> <p>B8: Koordinationstraining. Jetzt mehr so Ausdauer. Also Ausdauerlässig.</p>
<p>SensoPro</p>	<p>Assoziation</p> <p>Umfasst die Assoziationen der Zielgruppe mit dem SensoPro und zeigt sich anhand der Wissensrepräsentation. Es wird nach Aussagen gesucht im Zusammenhang mit dem SensoPro die den Befragten spontan in den Sinn kommen. Es wird nach Äusserungen gesucht die den typischen Nutzer/Nutzerin des SensoPros beschreiben. Und welche Erwartungen an den Nutzen, Funktionalität etc. über den SensoPro vorzufinden sind.</p>	<p>B4: Ja irgendwie habe ich so erwartet gehabt. Irgendwie so ein Physio-Gerät. Am Anfang habe ich gedacht, einfach so unnötig. Also wo ich es das erste Mal gesehen habe ((lacht)).</p> <p>B5: Frauen so um die vierzig oder fünfzig. (..) genau. Wo auch noch fit sein möchten. Wo eben auch ein wenig Muskelaufbau machen.</p> <p>B7: Zwischen 45 und 60. Vielleicht so Knie-lange Hosen. Mindestens. Nicht gerade ein farbiges Shirt. Oder ein Shirt wo nicht dazu passt. Ja nein nicht gerade so schlimm. Aber es sind halt schon eher die Älteren wo darauf sind. Wo halt eher auch ein wenig gestabig sind.</p>

	<p>Nutzung durch Zielgruppe</p> <p>Umfasst alle Äusserungen die sich auf die Nutzung des SensoPros im Fitnessstudio beziehen wie beispielsweise: wie darauf trainiert wird, was darauf trainiert wird, warum wird darauf trainiert, wie wird das Training wahrgenommen, wahrgenommen Stärken und Schwächen. U.a. auch im Vergleich zu andern Trainingsgeräten</p>	<p>B1: Also meistens habe ich so ein Programm herausgelesen und da habe ich meistens so ein wenig für den Bauch, Po und Beine, so das habe ich so am meisten genommen. Die anderen Sachen habe ich manchmal schon schnell reingeschaut was man so machen muss, ja (..)</p> <p>B3: Anstrengend ((lacht)). Also es ist anstrengend und (..) Ja.</p>
	<p>Nutzung durch Andere</p> <p>Umfasst alle Äusserungen die sich auf die Beobachtung der Zielgruppe beziehen, wie der SensoPro genutzt wird, wie beispielsweise: Wer darauf trainiert, wie darauf trainiert wird, was darauf trainiert wird. Es wird nach Aussagen gesucht wie Andere beim Training wahrgenommen werden.</p>	<p>B8: Ja eben, wenn man jetzt den Alten zuschaut, dann sieht man wie sie sich so langsam bewegen. Es sieht schlaue aus, es sieht interessant aus. Aber selber denkt man, nein da gehe ich sicher nicht darauf.</p> <p>B5: Ja es sind halt zum Teil schon noch so Spezielle. Also wenn du jetzt nur zuschaust und nicht weisst was der jetzt auf diesem Gerät macht, dann sieht es vielleicht schon ein wenig speziell aus. Halt so das optische. Und das ist auch wieder, dass man sich durch das so ein wenig bremsen lässt, was ja eigentlich blöd ist.</p>
<p>Motive</p>	<p>Personenbezogene Motive</p> <p>Umfasst alle expliziten und impliziten personenbezogenen Motive für die Nutzung des SensoPro's. Es wird nach positiven Aussagen in Bezug auf die Nutzung des SensoPros im Zusammenhang mit dem Erleben/Verhalten der Zielgruppe (Internale Einflüsse) gesucht. Hinweise auf Motive bezüglich Motivation, Kognition, Emotionen, Einstellung.</p>	<p>B6: Einerseits das grobe Programm da ah wie heisst es so ein Intensives. Wie heisst es jetzt (..) Bauch Beine Po da sterbe ich jedes Mal fast. Das. Und manchmal einfach auch. Also ich gehe einfach drauf, wenn ich gar nicht die Beine trainiere einfach zum Lockern. Also du kannst das ja ansteuern wie du möchtest. Du kannst es auch nur wenig bewegen, dann löst es dir die Muskulatur. Ich finde es wirklich cool.</p>
	<p>Umweltbezogene Motive</p> <p>Umfasst alle expliziten und impliziten umweltbezogenen Motive für die Nutzung des SensoPro's. Es wird nach positiven Aussagen in Bezug auf die Nutzung des SensoPros im Zusammenhang mit Umwelteinflüsse (Externale Einflüsse) der Zielgruppe gesucht. Hinweise auf Motive bezüglich Bezugsgruppen, Sozialisation, Normen und WoM, Meinungsführer</p>	<p>B1: Ja wahrscheinlich, weil man es noch nie gesehen hat. Was man nicht kennt (lacht) ist man ein wenig skeptisch demgegenüber. Genau ja. Ja aber es ist natürlich spannend, wenn man sieht wie die Leute langsam darauf gegangen sind, so ja.</p>
	<p>Produktbezogene Motive</p> <p>Umfasst alle expliziten und impliziten produktbezogenen Motive für die Nutzung des SensoPro's. Es wird nach positiven Aussagen in Bezug auf die Nutzung des SensoPros gesucht, die im Zusammenhang mit dem Trainingsgerät stehen. Hinweise auf Motive bezüglich Nutzen, Funktionalität, Design, Qualität etc.</p>	<p>B3: Ich finde es eben recht cool, dass man alles zusammen trainieren kann. Sei es Kraft oder auch Ausdauer. Und all das an einem Fleck.</p>

Barrieren	Personenbezogene Barrieren	<p>Umfasst alle expliziten und impliziten personenbezogenen Barrieren für die Nutzung des SensoPro's. Es wird nach negativen Aussagen in Bezug auf die Nutzung des SensoPros im Zusammenhang mit dem Erleben/Verhalten der Zielgruppe (Internale Einflüsse) gesucht. Hinweise auf Barrieren bezüglich Motivation, Kognition, Emotionen, Einstellung.</p>	<p>B4: Es hat für mich keine Gewichte in diesem Sinne. Es reizt mich nicht, weil ich (.) ja ich habe einfach Kurzhanteln, Hantel. Ich trainiere wirklich gerne mit Gewicht, das ist eigentlich der einzige Unterschied.</p> <p>B5: Also ich sage halt, wenn ich schon im Fitness bin, dann mache ich halt die Sachen, die mir wirklich wichtig sind. Wenn ich jetzt jeden Tag ins Fitness kommen würde. Würde ich auch alle anderen Sachen ausprobieren.</p>
	Umweltbezogene Barrieren	<p>Umfasst alle expliziten und impliziten umweltbezogenen Barrieren für die Nutzung des SensoPro's. Es wird nach negativen Aussagen in Bezug auf die Nutzung des SensoPros im Zusammenhang mit Umwelteinflüsse (Externale Einflüsse der Zielgruppe) gesucht. Hinweise auf Barrieren bezüglich Bezugsgruppen, Sozialisation, Normen und WoM, Meinungsführer</p>	<p>B5: Also ich bin jetzt auch vom Ernst eingeführt worden. Andere vielleicht von jemanden Anderes und die haben es vielleicht nicht gezeigt. Und wenn man dann sieht es sind nur ältere Leute darauf. Dann hat man auch nicht das Gefühl da kann ich wirklich etwas darauf erreichen. Ja.</p> <p>B1: Doch ich denke das spielt vielleicht schon so eine Rolle, weil ich es nicht so gut kenne. Dass ich mich nachher wie unsicher fühle und dann das Gefühl habe scheisse die Anderen schauen. Das ist sicher schon ein wenig das. Jetzt bei einem Gerät wo ich gut kenne, wo ich mehr mache ist es weniger schlimm. Dort fühlst du dich halt auch ein wenig selbstbewusster und sicherer und dann stört es dich auch weniger habe ich das Gefühl.</p>
	Produktbezogene Barrieren	<p>Umfasst alle expliziten und impliziten produktbezogenen Barrieren für die Nutzung des SensoPro's. Es wird nach negativen Aussagen in Bezug auf die Nutzung des SensoPros gesucht, die im Zusammenhang mit dem Trainingsgerät stehen. Hinweise auf Barrieren bezüglich Nutzen, Funktionalität, Design, Qualität etc.</p>	<p>B5: Wäre vielleicht schon möglich aber ich glaube der Grund warum ich es jetzt auch nicht so einsetzte ist also ich habe gerne auch ein wenig mit Gewicht. Das man wirklich die Muskeln spürt wie es anstrengend ist. Und ich habe schon das Gefühl, das man das auf den SensoPro vielleicht auch kann. Aber das Gewicht fehlt halt. Also ich denke es ist dann halt vielleicht auch eher für die Ausdauer noch gut. Genau.</p> <p>B10: Man weiss halt auch nicht wie es geht. Und nachher was willst du da drauf.</p>

N Themenmatrix

Schaubild (Kann im Anhang nicht dargestellt werden, weil zu gross)

The image shows a large, dense grid representing a topic matrix. The grid is composed of many small cells, each containing text. The grid is color-coded: a vertical bar on the left side is divided into yellow, blue, green, and red sections. The rightmost column of the grid is shaded grey. The text within the cells is too small to be legible, but the overall structure is a complex matrix of topics and sub-topics.

O Kreuztabelle Auswertung Barrieren und Motive

	Titel	Zuordnung Kategorie	Beschreibung
Barrieren	Gerät für Alte	Selbstkonzept, Nutzung durch Andere	Konflikt mit Selbstbild: Wahrnehmung als Gerät für Alte
	Gerät für Frauen	Selbstkonzept, Nutzung durch Andere	Konflikt mit Selbstkonzept: TN nehmen Bewegungen auf SP als feminin wahr
	Andere sehen unvorteilhaft aus	Nutzung durch Andere	Konflikt mit Selbstkonzept: TN wollen sich nicht blamieren
	Training ohne Gewichte	Assoziationen	Konflikt mit Trainingsmotive: TN zweifeln an Effektivität von SP, weil keine Gewichte
	Selbstüberschätzung	Selbstkonzept	Konflikt mit Nutzung durch Andere: TN überschätzen die eigenen Fähigkeiten und unterschätzen den SP
	Physiogerät	Assoziationen	Konflikt mit Selbstkonzept: TN nehmen SP als Gerät für Verletzte wahr
	Nutzen nicht erkennbar (relative Vorteile)	Assoziationen	Konflikt mit Selbstkonzept: TN erkennen den Nutzen und die Funktionen des SP nicht intuitiv
	erwarteter Nutzen nicht mit TN kompatibel	Assoziationen	Konflikt mit Trainingsmotiven: TN denken, sie können mit SP nichts erreichen
	negative Reaktionen aus dem Trainingsumfeld	Nutzung durch Fitnessbegeisterte	Konflikt mit Selbstkonzept: Andere Trainierende reagieren negativ auf Personen die mit SP trainieren, machen Witze oder ziehen das Training auf SP ins Lächerliche
	SP ist oft besetzt	Trainingsverhalten	Konflikt mit Eigenschaften: TN ist effiziente Gestaltung des Trainings wichtig -> wollen nicht warten bis SP frei ist
	SP Position/Standort in Fitnessstudio	Nutzung durch Zielgruppe	Konflikt mit Selbstkonzept: TN fühlen sich beobachtet/ausgestellt auf SP und trainieren deshalb nicht mit SP

Motive	Bauch-Beine-Po Training	Selbstkonzept	Bauch-Beine-Po Programm bietet TN einen relativen Nutzen
	Vielseitigkeit	Trainingsverhalten	Kraft kombiniert mit Ausdauer und Koordination zu trainieren, bietet TN einen relativen Vorteil
	Ersatz für Ausdauergeräte	Trainingsverhalten	Spasfaktor und abwechslungsreiches Training bietet TN einen relativen Vorteil
	Training der Tiefenmuskulatur	Trainingsverhalten	Training der Tiefenmuskulatur bietet TN einen relativen Vorteil
	Empfehlung durch Dritte	Wissensquellen	Fitnesspersonal hilft TN, die Barrieren zu überwinden
	Rehabilitation nach Verletzung	Nutzung durch Fitnessbegeisterte	Training mit SP verbessert den Ist-Zustand nach einer Verletzung
	Challenge mit SP	Nutzung durch Fitnessbegeisterte	TN gehen mit dem SensoPro an ihre Leistungsgrenzen. Z.B. wenn zwei SP vis-à-vis -> Vergleich mit Trainingspartner
	Mehr junge Personen auf SP	Selbstkonzept	TN sind nicht generell abgeneigt ggü. SP, wollen sich aber im Moment nicht exponieren. Wenn mehr junge Personen auf SP, folgen TN
	Nutzen von Koordination für Krafttraining erkannt	Kontextwissen	TN, die den Nutzen von Koordination für Krafttraining erkennen, sehen im SP eine Möglichkeit, um die Muskeln besser anzusteuern.
	SP hat hoher Spasfaktor	Nutzung durch Fitnessbegeisterte	Das Training auf SP macht den TN Spas. Grund: Abwechslungsreicher und vielseitiger als andere Geräte

Anmerkungen. TN steht für Teilnehmende, SP steht für SensoPro, ZG steht für Zielgruppe.

P Originalbild Abbildung 8

