



GIM | RELEVANCE COUNTS.

So bewegt sich die Schweiz

Report, September 2019



GIM | RELEVANCE COUNTS.

— **Auf einen Blick**

— Das steckt in der Studie

— Frequenz, Sportarten & Barrieren

— Die Schweizer Sporttypen

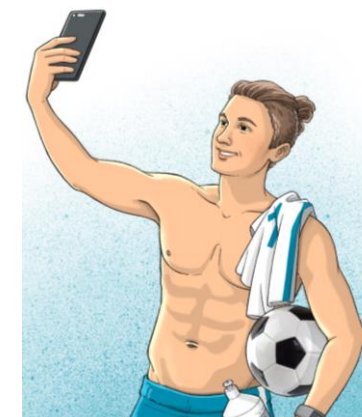
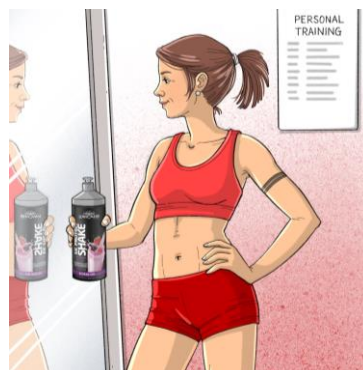
— Soziodemographie

GIM | RELEVANCE COUNTS.

AGENDA

76% der Schweizer treiben mindestens einmal pro Woche Sport. Weitere **17% bewegen sich** gerne, auch wenn sie angeben, keinen Sport zu treiben. Dabei sind trotz der wachsenden Popularität von Shared Fitness **klassische Individual-Sportarten** wie Fahrradfahren oder Wandern **prägend**. Des Weiteren spielen Kraftsport/Muskelaufbau und Cardiotraining im Fitnessstudio eine prominente Rolle. **Grösste Barrieren** für mehr Sport/Fitness sind **Zeit** und **berufliche sowie familiäre Situation**.

Die Studie identifiziert **5 bedürfnisbasierte Typen**, die sich primär **auf den Dimensionen Gesundheit/Ausgleich, Leistungsmotivation** und **Aussenwirkung** unterscheiden:



Andrea Ambition



Passionierter Sportler
Sport ist Spass,
Lebenseinstellung & Status
Leistungs- und
erfolgsorientiert
Geniesst den
Erlebnischarakter

Maria Muss



Sport als Mittel zum Zweck:
abnehmen und gesund
bleiben
Wenn Sie Sport treibt, dann
outdoor und alleine
Hohe Ausgaben für
Ernährungsberatung

Fiona Fit



Hat einen klaren Fokus: sie
will Gewicht verlieren und
ihr Erscheinungsbild
optimieren
Spass, Ausgleich oder Ent-
spannung fallen zurück
Fachmännische Betreuung
ist ihr sehr wichtig

Nico Natur



Sportliche Betätigung als
Ausgleich zum Alltag mit
einer gewissen intrinsischen
Leistungsmotivation
Sport wird in den Bergen, in
der Natur gemacht, nicht im
Fitnessstudio

Erik Event



Sport ist Statussymbol und
Mittel zur Selbstinszenierung
Social Media-affin: Informa-
tionsquelle, Trainerersatz &
Plattform für sportl. Erfolge
Investieren in Bekleidung,
Zubehör und Nahrungs-
ergänzungsmittel

- Auf einen Blick
- **Das steckt in der Studie**
- Frequenz, Sportarten & Barrieren
- Die Schweizer Sporttypen
- Soziodemographie

GIM | RELEVANCE COUNTS.

AGENDA



Quantitative Online-Befragung

Dauer: 15-20 Minuten



Sommer 2019

Dauer: 14 Tage



N=986 (netto)

Zwischen 18 und 74 Jahren

Methode quantitativ

Ad hoc Online-Befragung, 22 Minuten

Grundgesamtheit

Sprachassimilierte Deutsch-/Westschweizer, Internetnutzer

Zielgruppe

Männer und Frauen, zwischen 18 und 74 Jahre alt

Stichprobe

N=1'060 (brutto), N=986 (netto)

Quoten

Bevölkerungsrepräsentativ gemäss MACH Basic, kreuzquotiert nach Region x Geschlecht x Alter (4 Gruppen).

Erhebungszeitraum

31.5. – 17.6.2019

Panelanbieter

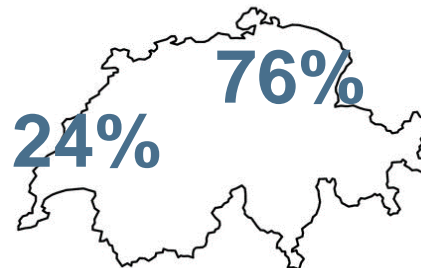
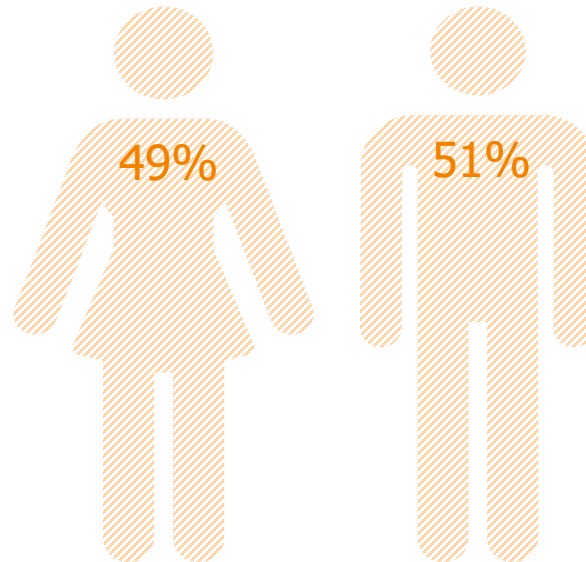
GfK Switzerland AG

5 Typen

Ziele
Ausgaben
Produkt- & Media-Nutzung

Sportfrequenz
Einzel- vs. Gruppenaktivität
Sportarten
z.B. Joggen, Yoga, Radfahren, Zumba ...

...und mehr



Werte
z.B. postmaterialistisch, traditionell

Einstellungen
z.B. Sport macht Spass

Bedürfnisse
z.B. schönerer Körper, Ausgleich zum Alltag

GIM ICU
Integrated Consumer Understanding

Globale Ebene
Hohe Relevanz für Markenkommunikation (z.B. Tonality) und Positionierung

Produktebene
Hohe Relevanz für Produktkommunikation und Angebotsentwicklung

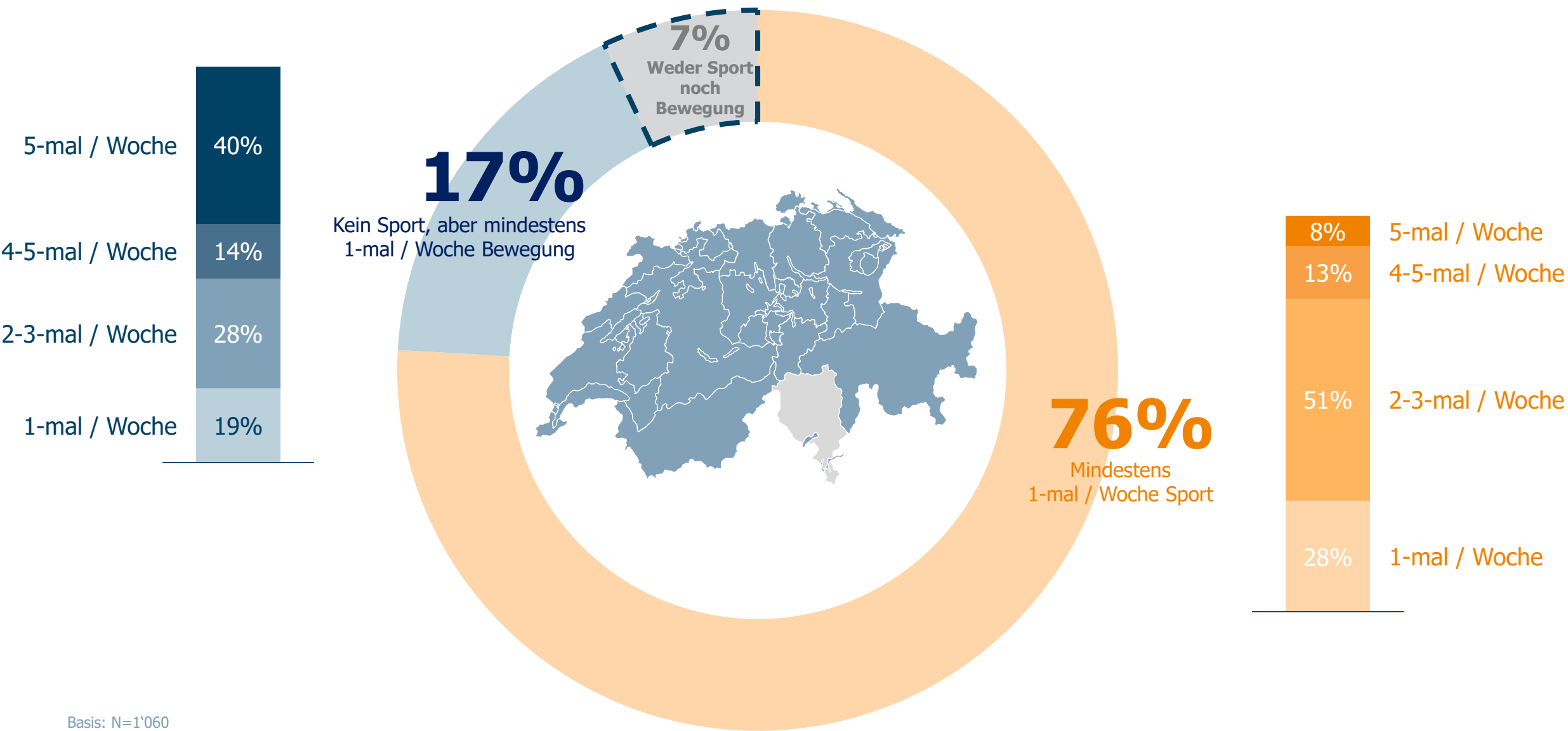
Basis: N=986; treiben min. 1-mal / Woche Sport; valide Fälle

Entsprechend den Sprachregionen verteilt

- Auf einen Blick
- Das steckt in der Studie
- **Frequenz, Sportarten & Barrieren**
- Die Schweizer Sporttypen
- Soziodemographie

GIM | RELEVANCE COUNTS.

AGENDA

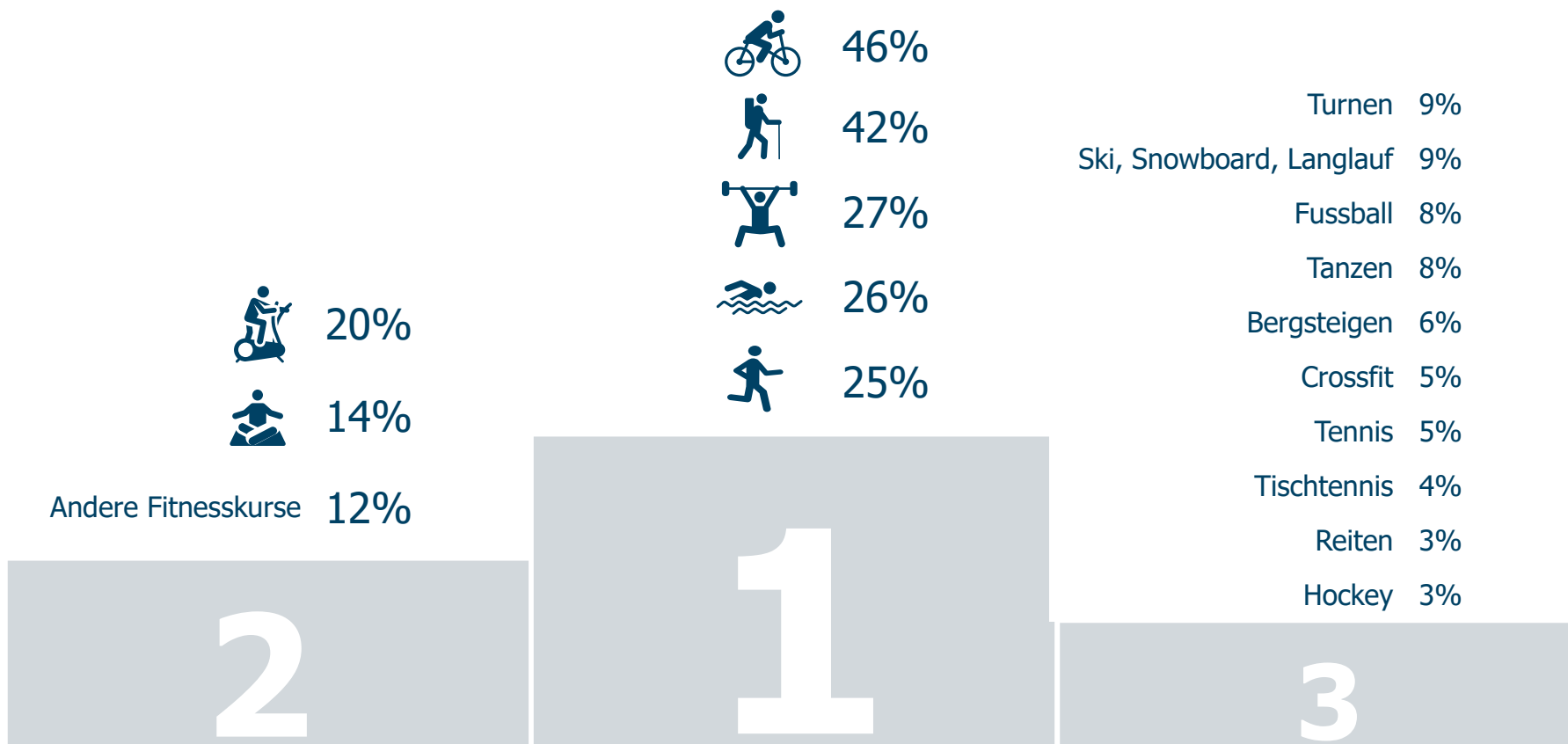


Basis: N=1'060





Top Sportarten der Schweizer



GRÖSSTE BARRIEREN, SPORT ZU TREIBEN?

Mir fehlt die **Zeit** dafür 39%

Ich bin beruflich oder familiär **zu sehr eingespannt** 34%

Ich kann mich nicht **auffaffen** 29%

Ich treibe **ausreichend Sport** 21%

Krankheit / körperliche Einschränkung 18%

Es ist zu teuer 16%

Ich bewege mich ansonsten genug 15%

Unpassendes Wetter 14%

Ich bin zu alt 5%

Fehlendes Angebot 3%

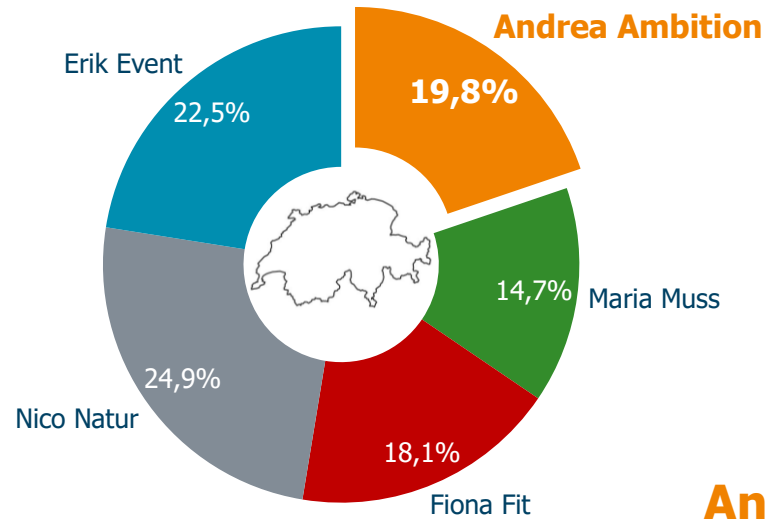
Basis: N=986; treiben min. 1-mal / Woche Sport; valide Fälle

Was sind die grössten Barrieren, wenn es um Sport/Fitness geht?

- Auf einen Blick
- Das steckt in der Studie
- Frequenz, Sportarten & Barrieren
- **Die Schweizer Sporttypen**
- Soziodemographie

GIM | RELEVANCE COUNTS.

AGENDA



Andrea Ambition

- Passionierter Sportler
- Sport ist Spass, Lebenseinstellung & Status
- Leistungs- und erfolgsorientiert
- Geniesst den Erlebnischarakter, gerne in der Gruppe

Andrea Ambition -20%



Wer sind sie?

- 40-49 Jahre
- besser verdienend
- weiblich (50%) und männlich (50%)

Ihre Ziele?



So treiben sie Sport

- 2-3-mal / Woche;
1-mal / Woche ↑

Ihr Sportfeld:



Ausgaben /Jahr

	TOTAL	CHF
	2'076 CHF	2'390 CHF
Fitnessstudio		678.- ↓
Nahrungsergänzungsmittel/ spezielle Ernährungsprodukte		270.-
Fitness- und Sportbekleidung		200.-
Ernährungsberatung		120.- ↓
Ausstattung, z.B. Golfschläger, Tennisschläger, Fahrrad		200.- ↑
Bergsportausrüstung (Schuhe, Bekleidung, technisches Material)		200.-

Segmentbeschreibung

- Andrea Ambition** betreibt Sport als leidenschaftliches Hobby mit teils professionellem Touch
- Mit Sport verbindet sie Spass und Herausforderung: sie genießt den Erlebnischarakter, möchte Grenzen überwinden
- Sport wird v.a. outdoor betrieben, die Nutzung von Fitnessstudios ist stark unterdurchschnittlich
- Bei aller intrinsischen Motivation ist sie sich durchaus auch der Aussenwirkung bewusst: Sport ist Lebenseinstellung und Statussymbol zugleich
- Andrea** treibt Sport gerne in der Gruppe. So kann sie ihre Leistung messen und von der Gruppendynamik profitieren
- Auch jenseits des Sports möchte sie Erfolg haben, spannende Erfahrungen sammeln und Kreativität im Alltag leben
- Sie interessiert sich für Reisen, Outdoor-Aktivitäten und ist familienverbunden

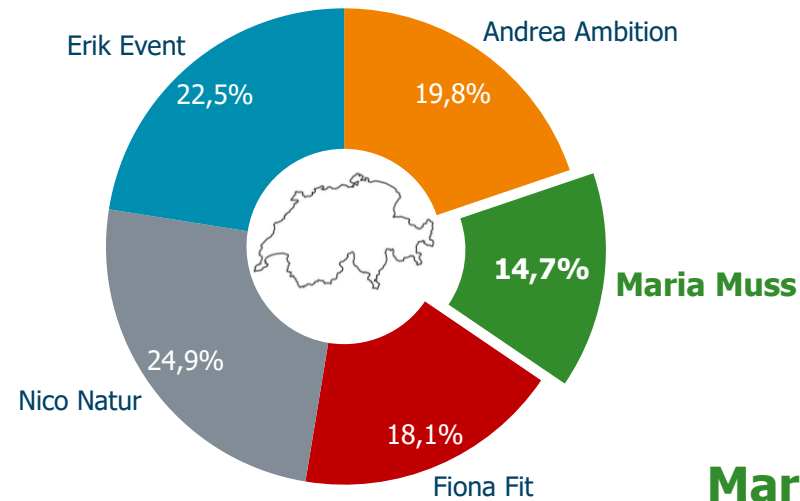
Bedürfnisse (Top-2)

Mit anderen zusammen sein	68%	26%
Freunde und Bekannte treffen	67%	26%
Spass am Sport haben	94%	78%
Ein gutes Erlebnis haben	77%	62%
Fitness-Aktivitäten ort- und zeitunabhängig	41%	58%
Das Erscheinungsbild optimieren	18%	36%
Alleine sein	1%	20%

Einstellungen (Top-2)

Sport ist mein Hobby	55%	43%
Sport gehört zum gesunden Leben dazu	77%	70%
Trainingspläne sind der Schlüssel zum Erfolg	20%	27%
Sport macht keinen Spass	4%	12%





Maria Muss

- Sport als Mittel zum Zweck: abnehmen und gesund bleiben
- Wenn sie Sport treibt, dann outdoor und alleine
- Hohe Ausgaben für Ernährungsberatung

Maria Muss

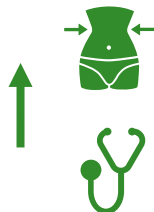
15%



Wer sind sie?

- 50-64 Jahre
- etwas unterdurchschnittlich verdienend
- weiblich (52%) und männlich (48%)

Ihre Ziele?



So treiben sie Sport

- 1-mal / Woche;
- 2-3-mal / Woche ↓

Ihr Sportfeld:



Ausgaben /Jahr

	CHF	
TOTAL	Ø 2'390 CHF	3'548 CHF
Fitnessstudio	960.- ↑	
Nahrungsergänzungsmittel/ spezielle Ernährungsprodukte	330.-	
Fitness- und Sportbekleidung	100.- ↓	
Ernährungsberatung	1'200.- ↑	
Ausstattung, z.B. Golfschläger, Tennisschläger, Fahrrad	100.-	
Bergsportausrüstung (Schuhe, Bekleidung, technisches Material)	200.-	
Fitness-/ Sport-Apps	600.- ↑	

Segmentbeschreibung

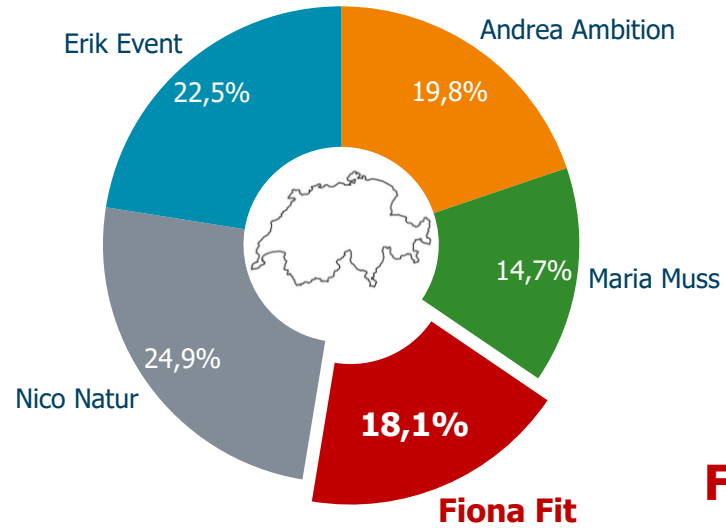
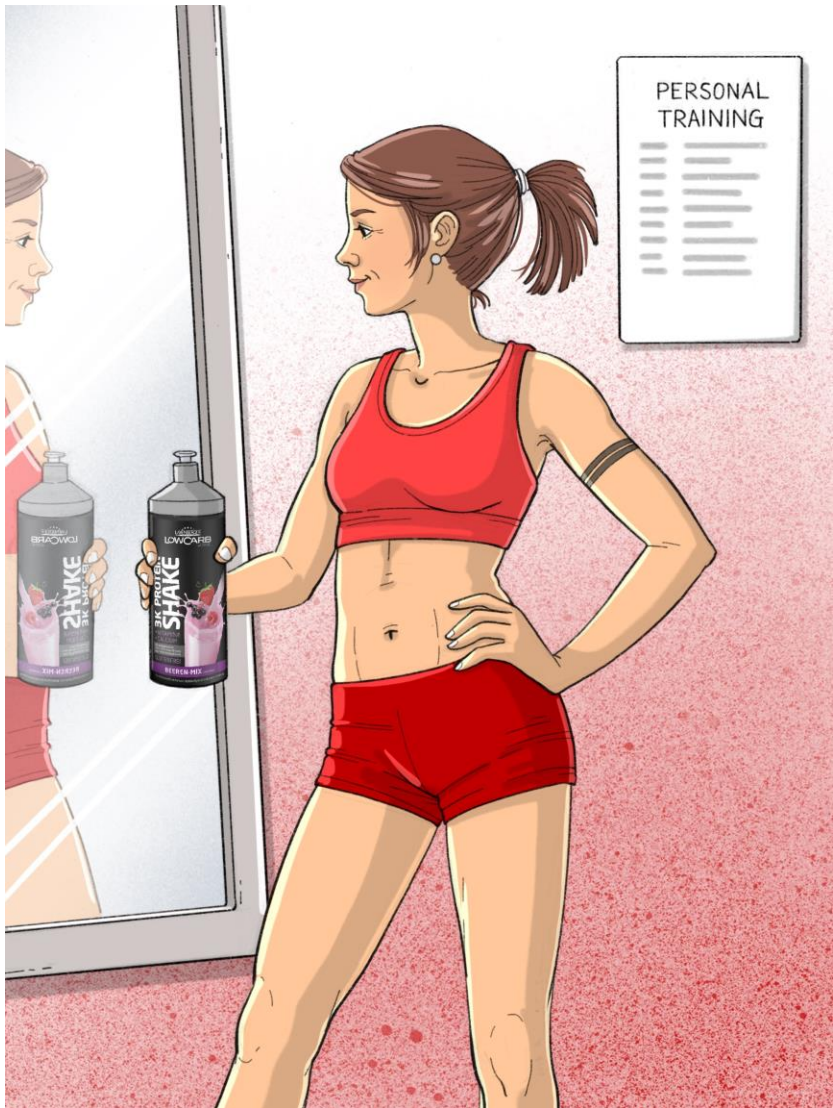
- **Maria Muss** ist das Segment, das am wenigsten Sport macht, weil es keinen Spass daran hat
- Sport und Bewegung wird primär für Gewichtsreduktion und Gesundheit betrieben
- Sport wird v.a. outdoor betrieben, die Nutzung von Fitnessstudios und auch Sportbekleidung ist unterdurchschnittlich
- Wenn **Maria Muss** Sport treibt, dann ganz alleine
- Obwohl sie nicht gerne Sport treibt, sind die Ausgaben gross, v.a. für Ernährungsberatung, Nahrungsergänzungsmittel oder Fitness-Apps
- **Maria** interessiert sich stark für Gesundheit und Ernährung, kocht und backt gerne und ist sehr familienverbunden

Bedürfnisse (Top-2)

Alleine sein	53%	20%
Von niemandem gesehen werden	41%	13%
Ein gutes Erlebnis haben	42%	62%
Sich selbst fordern	31%	53%
Den eigenen Körper spüren	33%	58%
Freunde und Bekannte treffen	7%	26%
Mit anderen zusammen sein	3%	26%

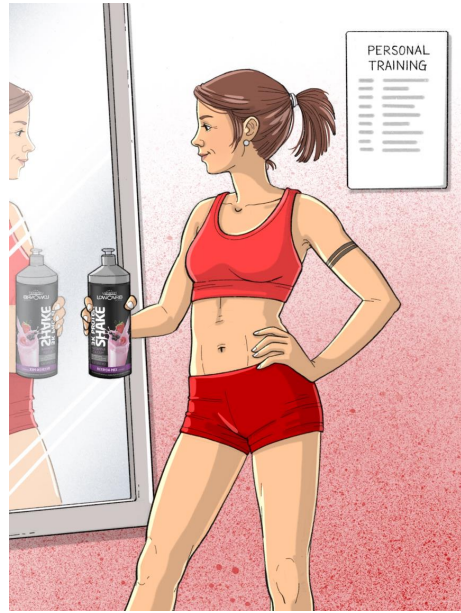
Einstellungen (Top-2)

Der Fitness-Boom nervt mich	55%	43%
Sport macht keinen Spass	20%	12%
Sport ist mein Hobby	33%	43%
Sport muss sein	36%	48%
Sportliche Erfolge sind ein Grund stolz zu sein	26%	44%



Fiona Fit

- Hat einen klaren Fokus: sie will Gewicht verlieren und ihr Erscheinungsbild optimieren
- Spass am Sport, Ausgleich oder Entspannung fallen dahinter zurück
- Fachmännische Betreuung ist ihr sehr wichtig



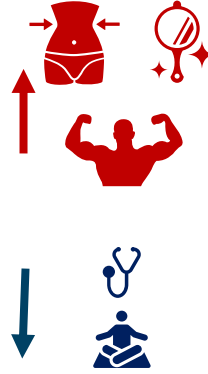
Fiona Fit

18%

Wer sind sie?

- 18-39 Jahre
- durchschnittlich verdienend
- zumeist weiblich (64%)
- bewusste Ernährung (Vegi, Eiweiss, Low Carb)

Ihre Ziele?



So treiben sie Sport

2-3-mal / Woche;
5-mal / Woche ↑

Ihr Sportfeld:



Ausgaben /Jahr

	CHF	Change
TOTAL	2'410 CHF	↑
Fitnessstudio	840.-	↑
Nahrungsergänzungsmittel/ spezielle Ernährungsprodukte	360.-	
Fitness- und Sportbekleidung	110.-	
Ernährungsberatung	0.-	↓
Ausstattung, z.B. Golfschläger, Tennisschläger, Fahrrad	50.-	↓
Personal Training	660.-	↑

Segmentbeschreibung

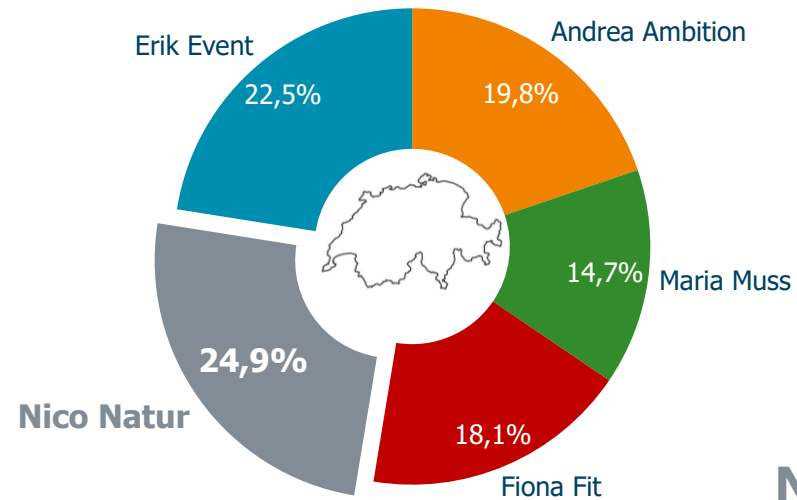
- Fiona Fit** hat einen klaren Fokus: sie will Gewicht verlieren und ihr Erscheinungsbild optimieren
- Spass am Sport, Ausgleich oder Entspannung sind für sie zweitrangig
- Auch soziale Aspekte oder Motivation durch die Gemeinschaft fallen weniger ins Gewicht
- Sport wird v.a. indoor betrieben, die Nutzung von Fitnessstudios ist stark überdurchschnittlich, so auch die Ausgaben
- Ein Personal Trainer wird stark in Anspruch genommen
- Auch jenseits des Sports möchte sie Neues ausprobieren und sich aktiv in der Gesellschaft engagieren
- Sie interessiert sich für Reisen, Gesundheit und Ernährung

Bedürfnisse (Top-2)

Das Erscheinungsbild optimieren	66%	36%
Einen schönen Körper bekommen	56%	33%
Fachmännisch betreut werden	46%	24%
Zugriff auf Studios, Videos und Trainer etc.	39%	19%
Freunde und Bekannte treffen	7%	26%
Aus der Stadt rauskommen	7%	49%
Die Natur erleben	19%	60%

Einstellungen (Top-2)

Zu Fitness gehört eine gesunde Ernährung	80%	65%
Sportliche Erfolge sind ein Grund stolz zu sein	55%	44%
Bei Sport geht es um Bewegung und nicht um Training	32%	48%
Bewegung heisst draussen sein, die Natur und die Berge erleben	25%	54%



Nico Natur

- Sportliche Betätigung als Ausgleich zum Alltag mit einer gewissen intrinsischen Leistungsmotivation
- Sport wird in den Bergen, in der Natur gemacht, nicht im Fitnessstudio



Nico Natur

25%

Wer sind sie?

- 50-64 Jahre
- etwas überdurchschnittlich verdienend
- weiblich (45%) und männlich (55%)

Ihre Ziele?



So treiben sie Sport

2-3-mal / Woche; oder häufiger

Ihr Sportfeld:



Ausgaben /Jahr

	TOTAL	CHF
	1'862 CHF	2'390 CHF
Fitnessstudio		780.-
Nahrungsergänzungsmittel/ spezielle Ernährungsprodukte		360.-
Fitness- und Sportbekleidung		200.-
Ernährungsberatung		12.- ↓
Ausstattung, z.B. Golfschläger, Tennisschläger, Fahrrad		100.-
Bergsportausrüstung (Schuhe, Bekleidung, technisches Material)		200.-

Segmentbeschreibung

- Nico Natur** ist das grösste Segment, das sehr gerne wandert und sich in der Natur aufhält
- Die sportliche Betätigung ist ein Ausgleich zum Alltag und dient vor allem der Entspannung
- Sport wird in den Bergen, in der Natur gemacht, die Nutzung von Bergsportausrüstung und Sportbekleidung sind hoch
- Sein Training absolviert er vorwiegend alleine und unabhängig in klassischen Individual-Sportarten
- Man findet ihn selten in Fitnessstudios und er gibt vergleichsweise wenig Geld für Sport- und Fitnessangebote aus
- Jenseits des Sports zeichnet er sich primär durch wenig materialistische Tendenzen aus: Bewundert werden oder Besitz sind ihm vergleichsweise wenig wichtig. Stattdessen schätzt er die Einfachheit.

Bedürfnisse (Top-2)

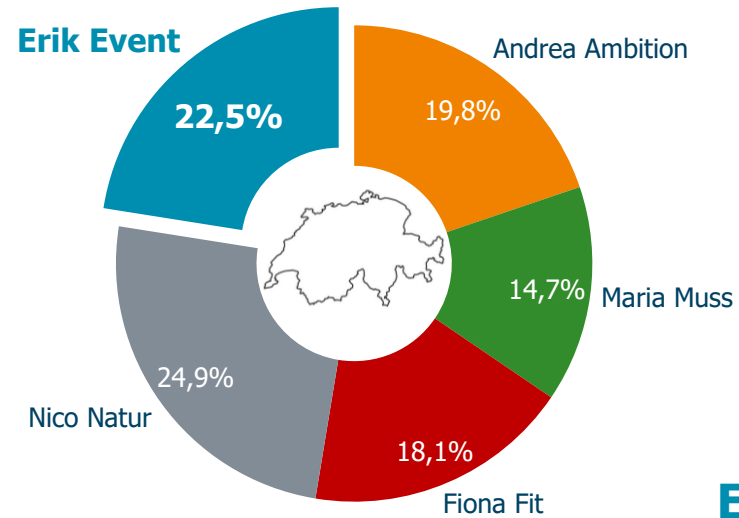
Die Natur erleben	91%	60%
Aus der Stadt rauskommen	74%	49%
Sich entspannen	77%	61%
So trainieren, wie man will	83%	71%
Das Erscheinungsbild optimieren	20%	36%
Freunde und Bekannte treffen	10%	26%
Mit anderen zusammen sein	8%	26%

Einstellungen (Top-2)

Bewegung heisst draussen sein, die Natur und die Berge erleben	75%	54%
Bei Sport geht es um Bewegung und nicht um Training	57%	48%
Sportlich sein ist heutzutage ein Muss	19%	27%
Sportlich/fit sein ist ein Statussymbol	17%	27%

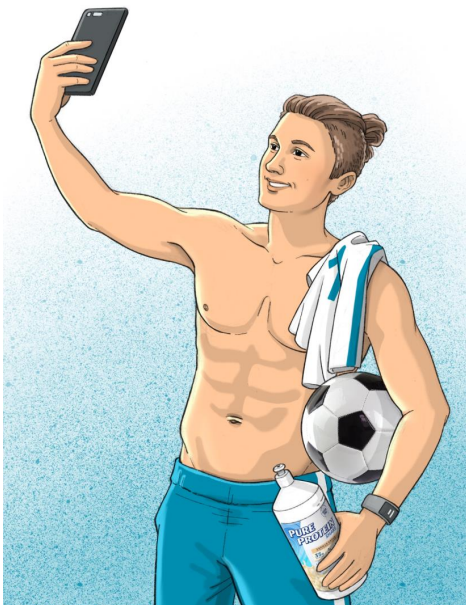


Basis: Alle Cluster «Nico Natur», n=246



Erik Event

- Sport ist Statussymbol und Mittel zur Selbstinszenierung – aber auch ein Muss
- Social Media-affin: Informationsquelle, «Trainerersatz» & Plattform für sportliche Erfolge
- Investiert in Bekleidung, Zubehör und Nahrungsergänzungsmittel



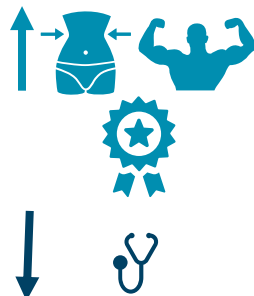
Erik Event

Wer sind sie?

- 18-29 Jahre
- etwas unterdurchschnittlich verdienend
- zumeist männlich (61%)
- proteinreiche Ernährung

23%

Ihre Ziele?



So treiben sie Sport

4-5-mal / Woche;
häufig auch 2-3-mal

Ihr Sportfeld:



Ausgaben /Jahr



Fitnessstudio	720.-
Nahrungsergänzungsmittel/ spezielle Ernährungsprodukte	360.-
Fitness- und Sportbekleidung	200.-
Ernährungsberatung	360.- ↑
Ausstattung, z.B. Golfschläger, Tennisschläger, Fahrrad	200.- ↑
Personal Training	600.- ↑

Segmentbeschreibung

- Erik Event ist unser jüngstes Segment
- Er legt grossen Wert auf seine Aussenwirkung: Sport ist für ihn ein Mittel zur Selbstinszenierung
- Gesundheitliche Aspekte, intrinsische Leistungsmotivation oder auch Spass fallen zurück
- Vielmehr geht es um Erfolge und neue, gar extreme Erlebnisse – die auch in sozialen Medien & Fitness-Apps geteilt werden
- Für Zubehör und Ernährungsberatung gibt er überproportional viel aus
- Ein Grossteil der jährlichen Ausgaben gehen an einen Personal Trainer
- Jenseits des Sports besteht eine Tendenz zu materialistischen Werten
- Im Kontrast zum Sport legt Erik Event ansonsten weniger Wert auf neue, spannende Erfahrungen

Bedürfnisse (Top-2)

Berge/Gipfel erreichen, die nicht jeder schafft	33%
Einen guten Eindruck machen	35%
Sich mit anderen messen	29%
Die Erfolge teilen	26%
So trainieren, wie man will	54%
Den körperlichen Zustand bewahren	60%
Beweglich bleiben	55%

Einstellungen (Top-2)

Neue Fitnesstrends sind effizienter als klassische Sportarten	29%
Wenn man sich nicht ständig verbessert, hat Sport keinen Sinn	28%
Sport gehört zu einem gesunden Leben dazu	55%
Zu Fitness gehört eine gesunde Ernährung	49%



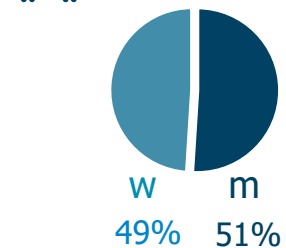
Basis:
Alle Cluster «Erik Event», n=222

- Auf einen Blick
- Das steckt in der Studie
- Frequenz, Sportarten & Barrieren
- Die Schweizer Sporttypen
- **Soziodemographie**

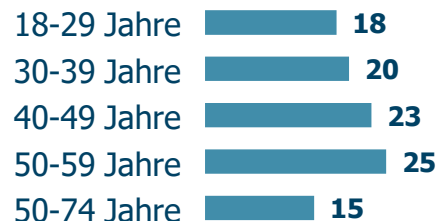
GIM | RELEVANCE COUNTS.

AGENDA

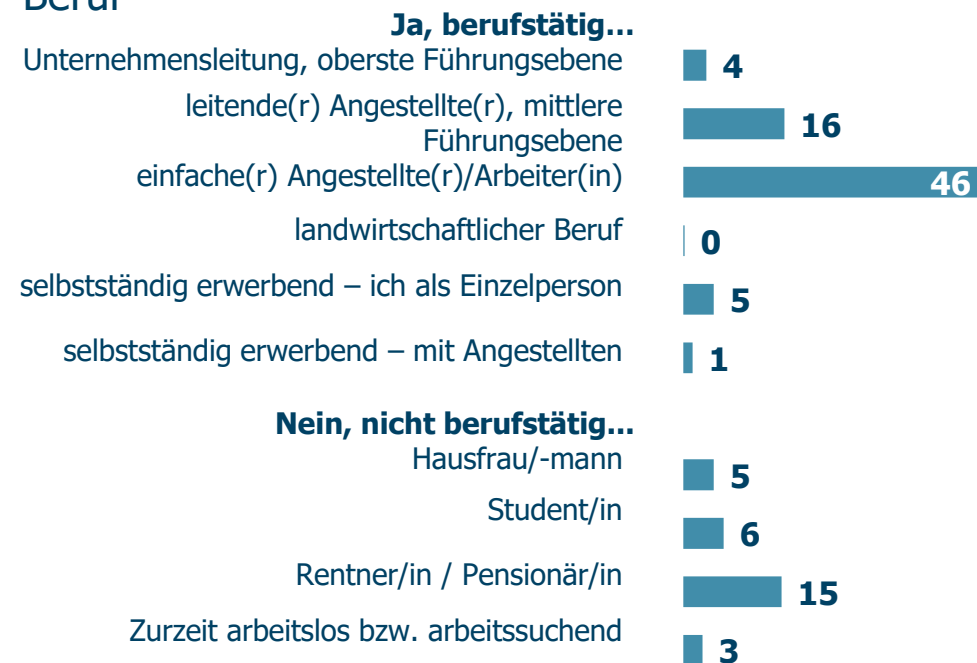
Geschlecht



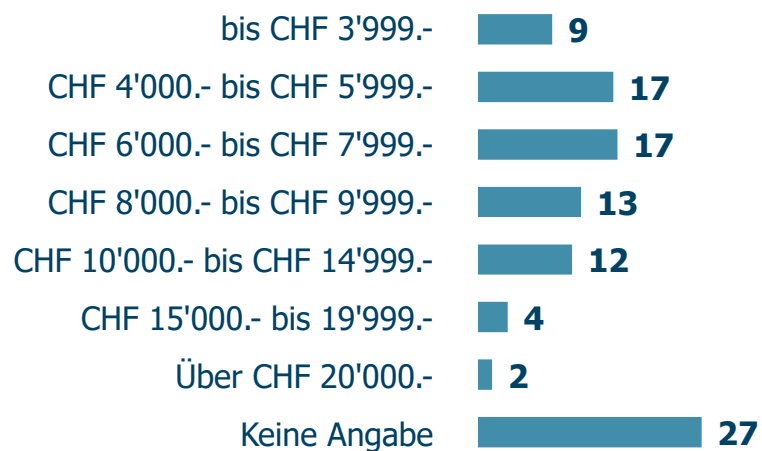
Alter



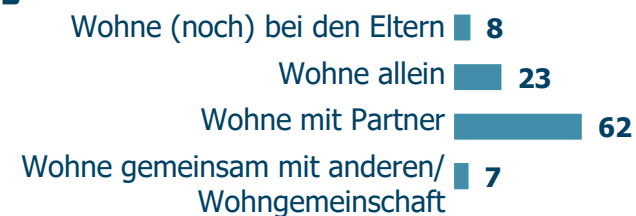
Beruf



Haushaltseinkommen



Wohnsituation



Kinder im HH

