



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

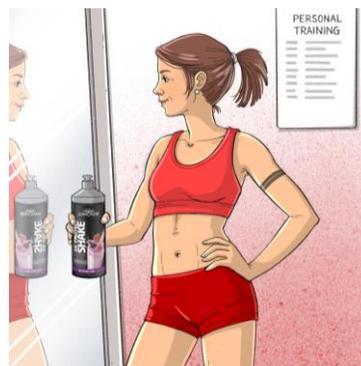
— Soziodemographie

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**

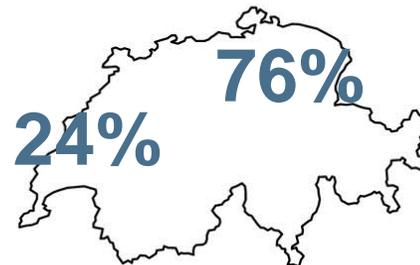
GfK Switzerland AG

## 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

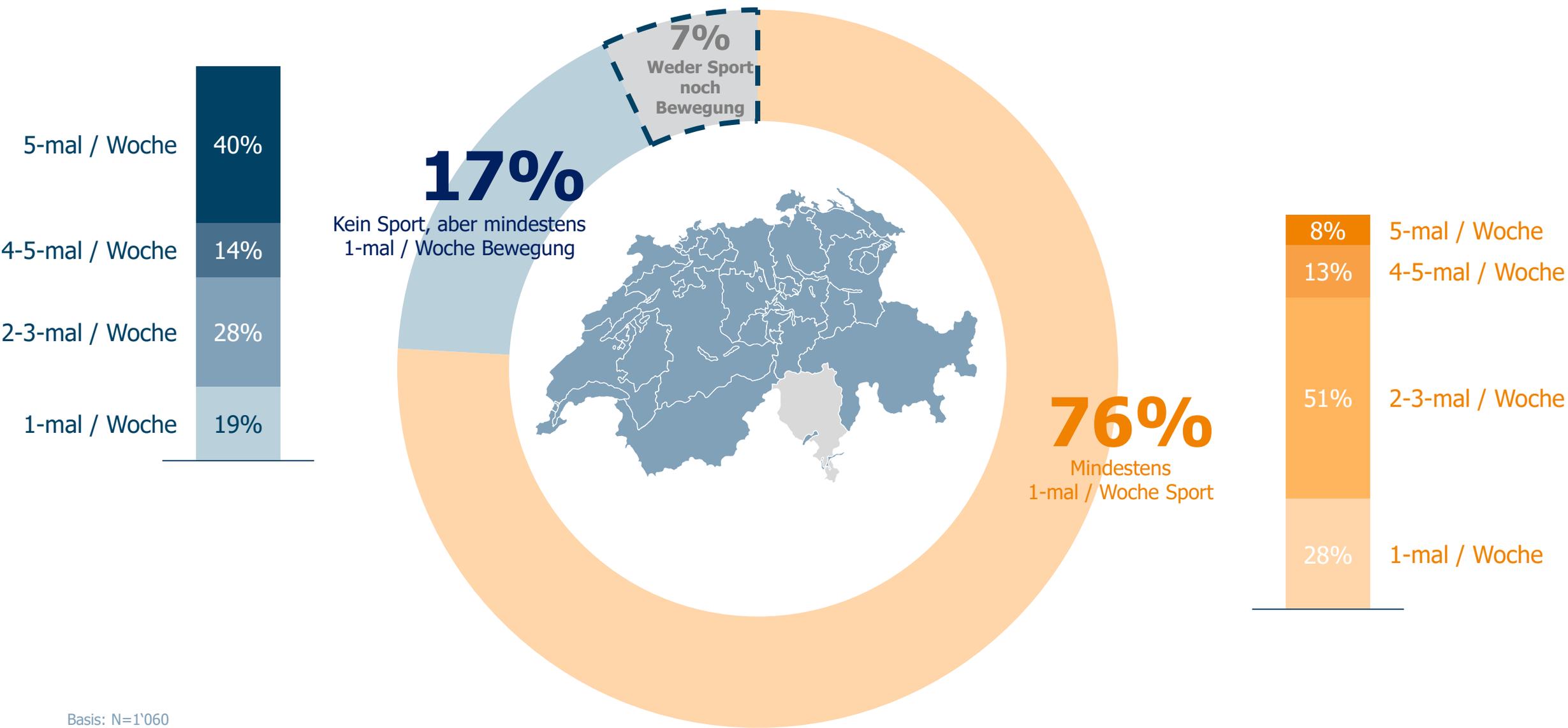
Entsprechend den Sprachregionen verteilt



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

GIM | RELEVANCE COUNTS.

# AGENDA

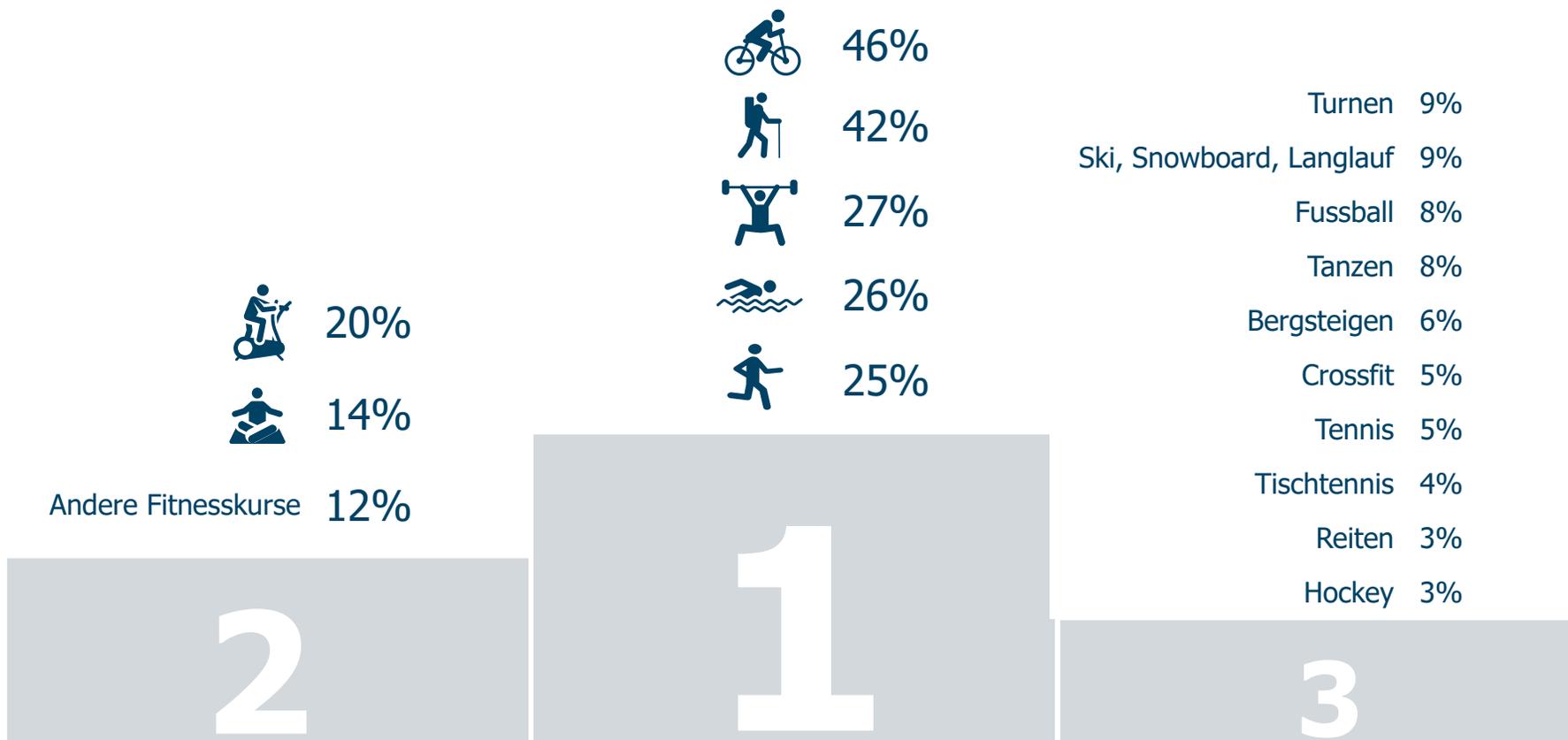


Basis: N=1'060





# 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%

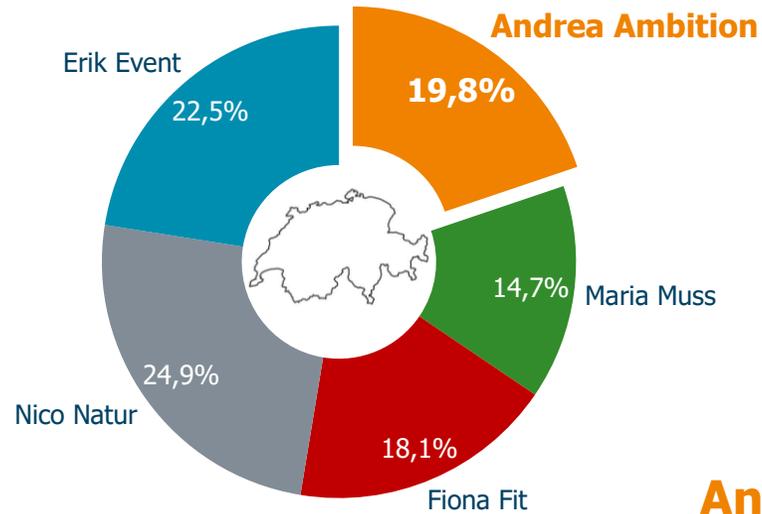
Basis: N=986; treiben min. 1-mal / Woche Sport; valide Fälle

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

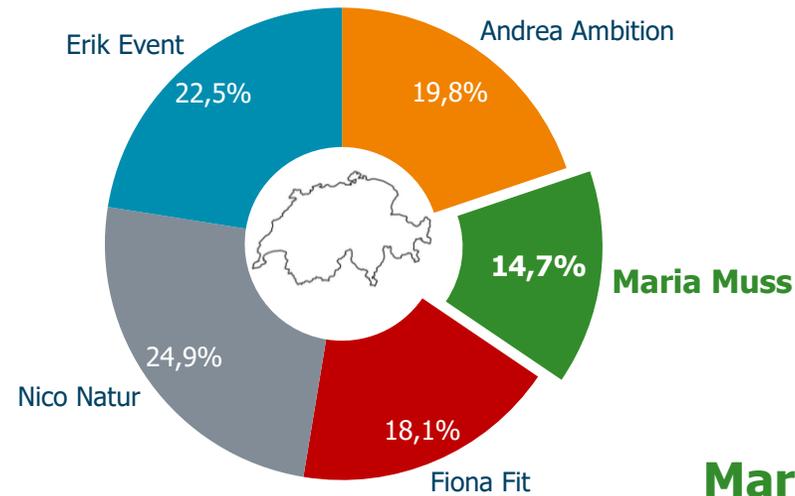
## Bedürfnisse (Top-2)

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

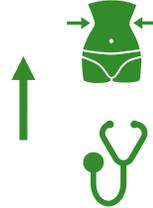
15%



## 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	
<b>TOTAL</b>	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

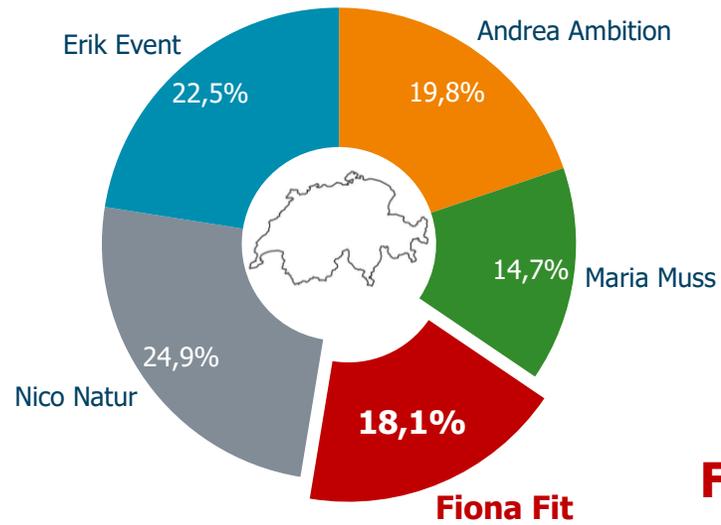
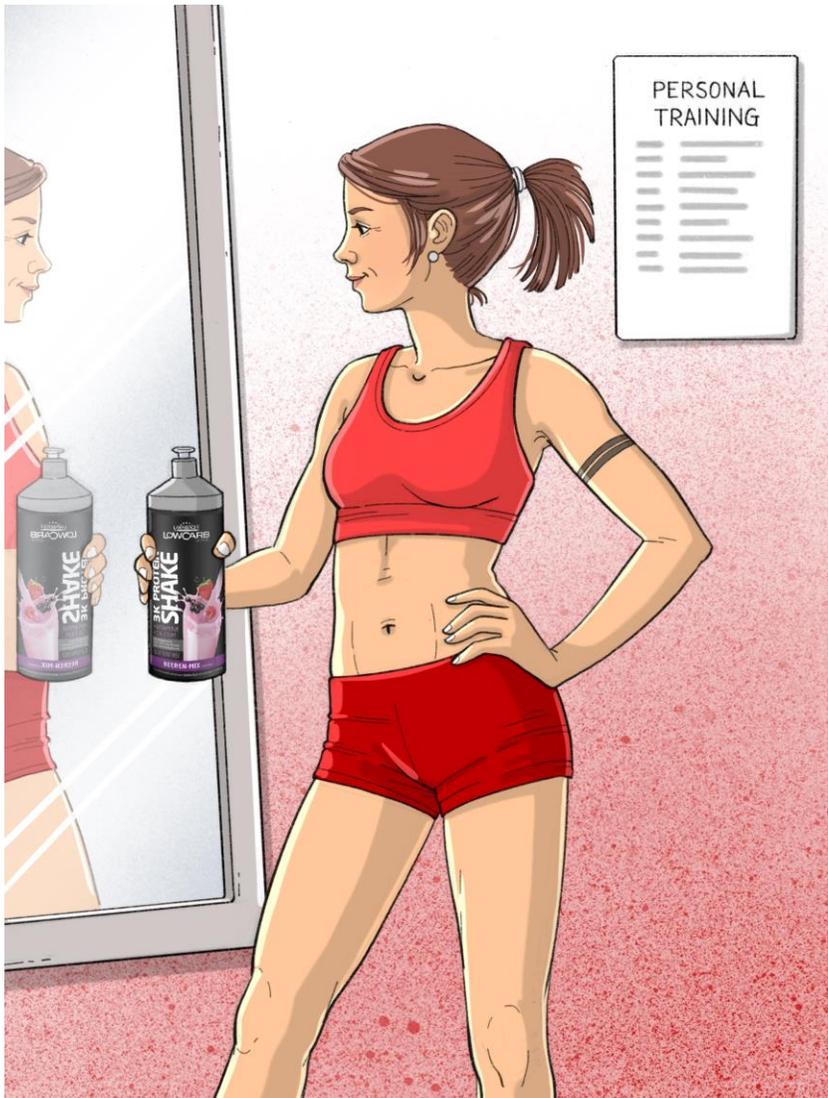
- **Maria Muss** ist das Segment, das am wenigsten Sport macht, weil es keinen Spass daran hat
- Sport und Bewegung wird primär für Gewichtsreduktion und Gesundheit betrieben
- Sport wird v.a. outdoor betrieben, die Nutzung von Fitnessstudios und auch Sportbekleidung ist unterdurchschnittlich
- Wenn **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



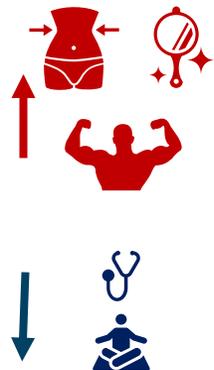
# Fiona Fit

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
<b>TOTAL</b>	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

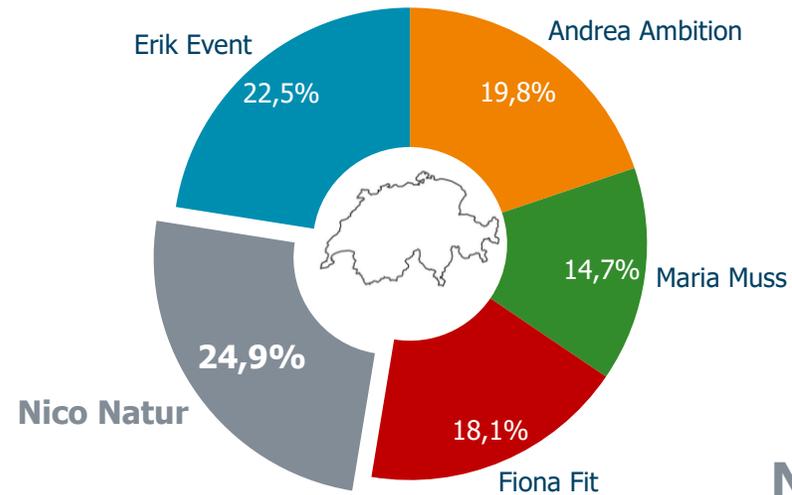
- Fiona Fit** hat einen klaren Fokus: sie will Gewicht verlieren und ihr Erscheinungsbild optimieren
- Spaß am Sport, Ausgleich oder Entspannung sind für sie zweitrangig
- Auch soziale Aspekte oder Motivation durch die Gemeinschaft fallen weniger ins Gewicht
- Sport wird v.a. indoor betrieben, die Nutzung 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



## 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)

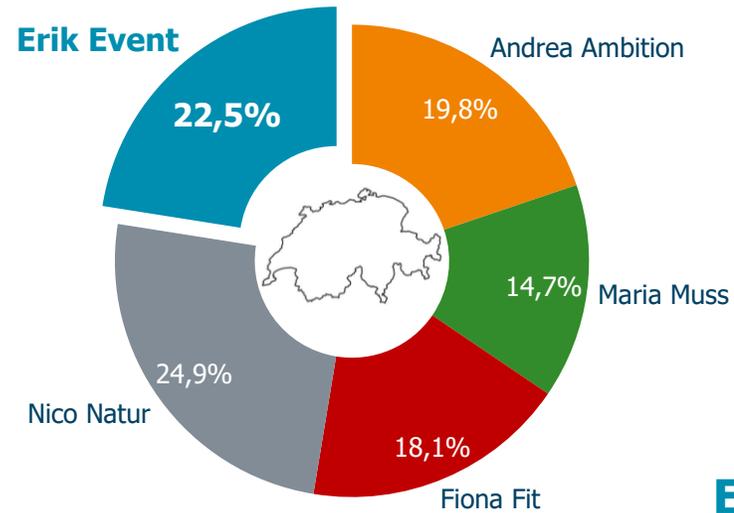
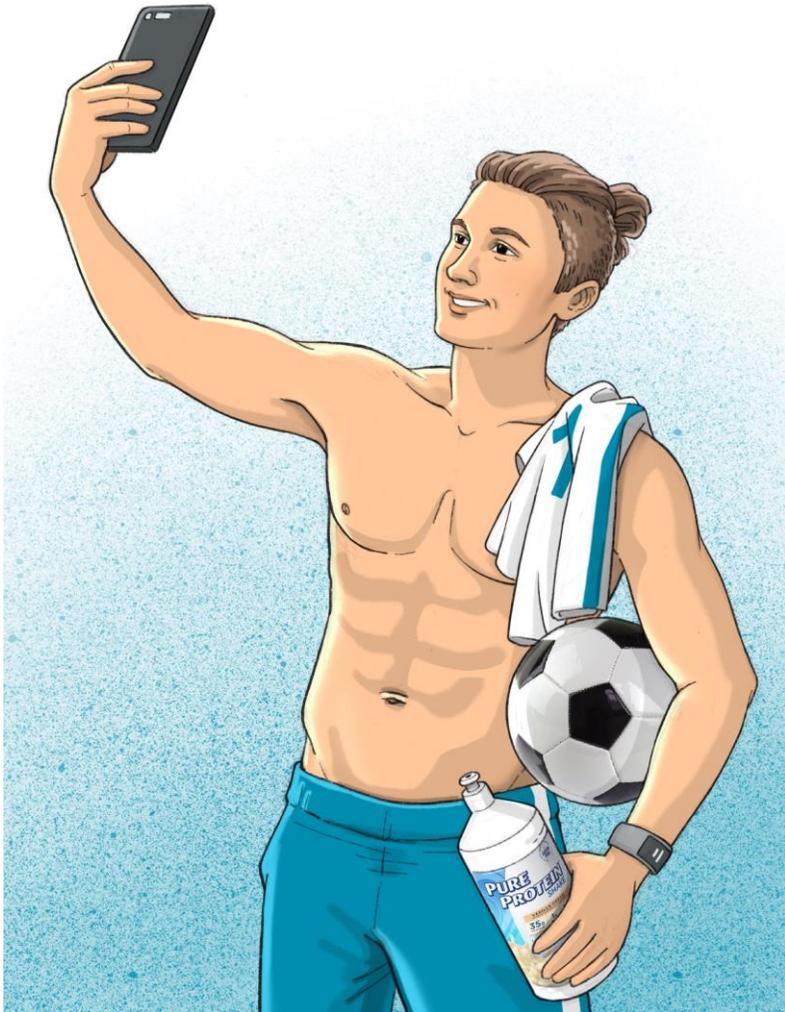
Die Natur erleben	91%	60%
Aus der Stadt rauskommen	74%	49%
Sich entspannen	77%	61%
So trainieren, wie man will	83%	71%
Das Erscheinungsbild optimieren	20%	36%
Freunde und Bekannte treffen	10%	26%
Mit anderen zusammen sein	8%	26%

## 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



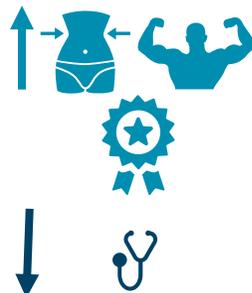
# Erik Event

## 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%	13%
Einen guten Eindruck machen	35%	15%
Sich mit anderen messen	29%	10%
Die Erfolge teilen	26%	7%
So trainieren, wie man will	54%	71%
Den körperlichen Zustand bewahren	60%	79%
Beweglich bleiben	55%	76%

## Einstellungen (Top-2)

Neue Fitnesstrends sind effizienter als klassische Sportarten	29%	11%
Wenn man sich nicht ständig verbessert, hat Sport keinen Sinn	28%	10%
Sport gehört zu einem gesunden Leben dazu	55%	70%
Zu Fitness gehört eine gesunde Ernährung	49%	65%



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

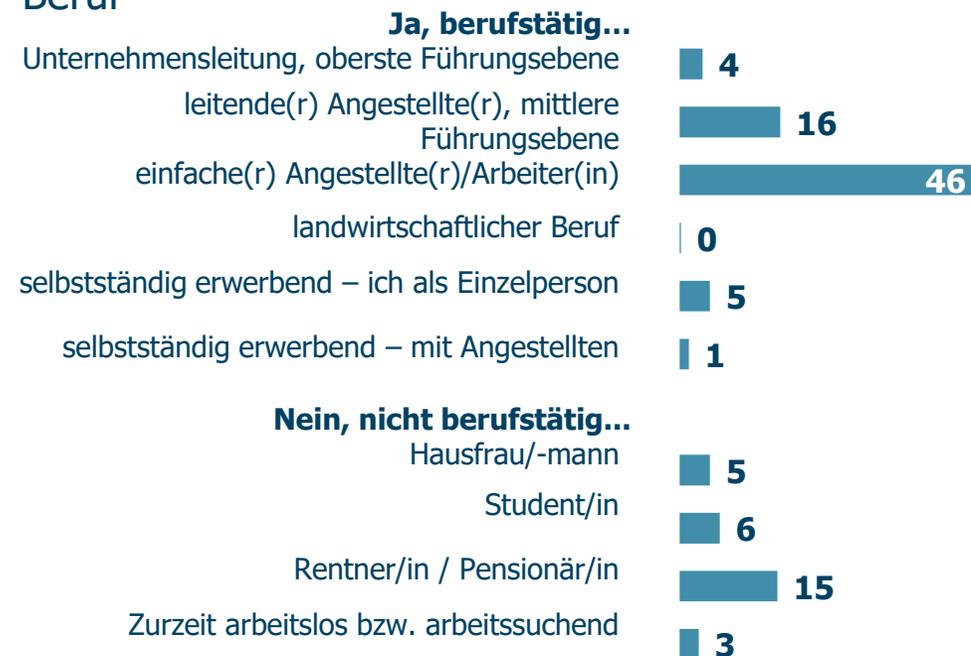
 **Geschlecht**



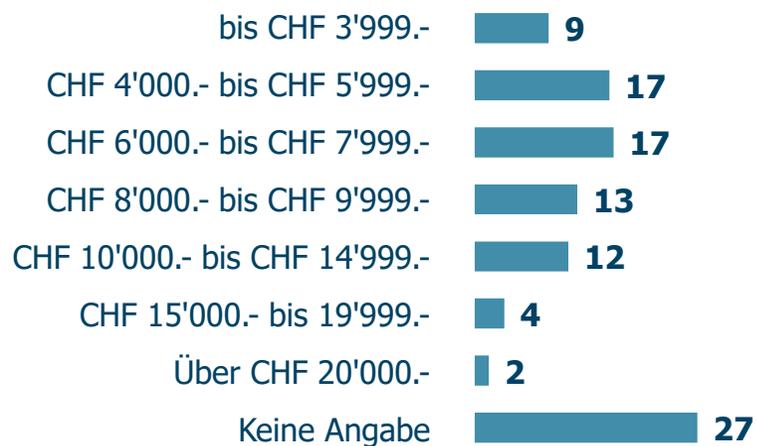
 **Alter**



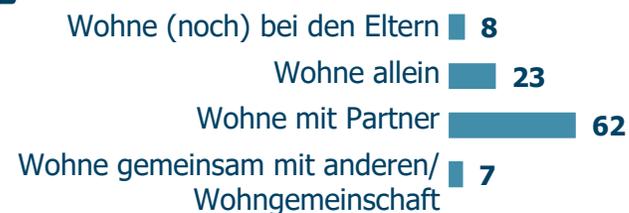
 **Beruf**



 **Haushaltseinkommen**



 **Wohnsituation**



 **Kinder im HH**

