

Motivation & Trainingserfolg

Für eine geringere Mitgliederfluktuation

Warum geben Leute Geld für ein Abo aus? Sie haben ein Motiv. Aber warum kommt ein grosser Teil nach einigen Wochen nur noch unregelmässig und dann gar nicht mehr ins Center? Einige Erkenntnisse hierzu von Jürgen Wilhelm.

terbewusstsein, warum es sich kraftvoll und dynamisch in die von uns gewünschte Richtung bewegen soll. Versteht das Unterbewusstsein den Sinn nicht, wird es jede Gelegenheit nutzen, Energie zu sparen.

Motivationsstrategien bauen. Motivation erreicht man am besten, wenn wir den Besuch im Fitnesscenter in unserem Kopf attraktiv gestalten und ihn gedanklich mit dem Ziel verknüpfen. Dazu müssen wir das Ziel bzw. das Training in attraktiven Farben visualisieren. Mit ermutigenden Worten kommentieren wir innerlich diesen Zielzustand. So nutzen wir drei der fünf Sinneskanäle, mit denen unser Gehirn Erfolgsstrategien baut (vgl. Abb. 2).

Mitglieder können sich in den meisten Fällen nicht selbst motivieren. Und auch das Centerpersonal hilft in diesem Punkt meist nicht weiter. Motivieren will gelernt sein. Gelungene Motivation führt Ihre Mitglieder zum Trainingsziel – und Sie zum wirtschaftlichen Erfolg. Motivation ist wie ein Muskel; auch der „Motivationsmuskel“ muss wie jeder andere Muskel trainiert werden. Der Reiz, um den Motivationsmuskel zu bewegen, ist Druck oder Sog; entweder wir wollen weg oder hin zu etwas. Kommen die Leute, weil sie abnehmen wollen oder weil sie keine Rückenschmerzen mehr haben möchten? Dann ist das Druck. Oder kommen sie, um wieder ihre Bauchmuskulatur zu straffen und sich fit und wohl zu fühlen? Das wäre Sog. **Ziele erzeugen Sog. Ohne Ziel keine Motivation.** Der wichtigste Schritt zur gelungenen Motivation und die erste Aufgabe – noch vor dem Trainingsprogramm – ist ein attraktives, mög-

Abb. 1: Die Maslow'sche Pyramide



lichst spezifisch und sinnlich beschriebenes Ziel.

Ziele und Bedürfnisse erkennen. Bei der Auswahl des Ziels/der Ziele müssen wir darauf achten, dass die wahren Bedürfnisse erkannt und befriedigt werden. Für die Klärung dieser Bedürfnisse hilft uns die Maslow'sche Pyramide (Abb. 1). Nur wenn Ziele sinnlich erfasst und die Bedürfnisse klar sind, versteht das Un-

Motivation Belohnung. Unser Gehirn funktioniert über Erfolg und Belohnung. Also müssen wir schnelle erste Erfolge erlebbar machen. Der Kunde soll selbst ein Belohnungssystem definieren. Bei jedem erreichten Teilziel bekommt er von sich eine Belohnung. Das Gehirn dankt es mit Motivation und das Mitglied mit der Erneuerung des Abos.

Jürg Wilhelm, institute for excellence

Abb. 2: Die fünf Sinneskanäle



Diese Artikelserie ermöglicht Qualitop für Sie. Qualitop ist die offizielle, von den grössten Krankenversicherungen der Schweiz beauftragte Stelle zur Förderung und Qualitätssicherung des Centertrainings. Verfasst wurde dieser Artikel vom institute for excellence (ife), dem Kompetenzzentrum für systemische Persönlichkeits-, Team- und Unternehmensentwicklung. SAFS – die Schule für Aerobic und Fitness – und ife bieten auf Initiative von Qualitop ab dem Frühjahr 2006 eine Ausbildung zum Fitness & Life-Coach an. Infos dazu erhalten Sie unter www.ife-nlp.com