

INDIVIDUELLE ANSPRACHE ERHÖHT DIE MOTIVATION

Ein Beitrag von Daniela Dishmaier

Alle Jahre wieder ist das Fitnessstudio im Januar brechend voll. Da finde ich als Kunde kaum einen freien Garderobenschrank. Doch schon ab Februar ändert sich das Bild wieder: nur zu den Stoßzeiten treten wir uns in der Kabine noch auf die Füße. Die Neujahrsmotivierten sitzen schon wieder mit ihrem Schweinehund Chips essend auf der Couch.

Wie kannst du deine Kunden dazu bringen, die Lust am Fitness- und Athletik-Training nicht zu verlieren? Zunächst ist es wichtig, dass du deine Kunden ein Stück weit kennlernst. Denn wie eine gute Führungskraft nicht jeden Mitarbeiter gleich behandelt, so wirst auch du am meisten Erfolg haben, wenn du jeden Klienten individuell ansprichst, damit es bei ihm klick macht. Die Zeit hast du nicht? Warte es ab. Denn mit ein paar Tricks wirst du schnell kleine Erfolge erzielen können. Das macht nicht nur deinen Klienten mehr Spaß, sondern wird auch dich motivieren. Wichtig für die Motivation ist zunächst die Unterscheidung nach dem individuellen Leistungsniveau deiner Klienten: Einsteiger, Dranbleiber und Ambitionierte bis Profis.

kannst. Nur wenn dein Klient einen Sinn im Training sieht und ein realistisches Ziel hat, bleibt er am Ball.

Du hast den ersten Termin mit einem Klienten, der beruflich sehr oft unterwegs ist. Er kann vermutlich nur alle zwei Wochen ins Studio kommen. Wie kannst du ihn motivieren?

Zeige ihm Übungen, die ihm sofort helfen – der Manager spricht hier von „Quick wins“ –, zum Beispiel Übungen für den Rumpf. Wenn er den Nutzen erkennt und weniger Schmerzen hat, dann wird er eher bereit sein, dranzubleiben. Damit er Fortschritte erzielen kann, ist es wichtig, dass du ihm Übungen zeigst, die er auch außerhalb des Studios umsetzen kann, zum Beispiel Übungen mit dem Theraband. Sonst besteht die Gefahr, dass er nicht mehr kommen wird – aus Frustration darüber, dass er im Studio jedes Mal wieder am Ausgangspunkt anfangen muss.

Motiviere ihn zu einem Commitment. Frag ihn, wann und wo er diese Übungen auf seiner Geschäftsreise am ehesten unterbringen kann (zum Beispiel im Kraftraum des Hotels) und wie oft. Gib dich bei der Antwort zur Trainingshäufigkeit auch mit einmal pro Woche zufrieden. Wenn du jetzt sagst, dass das nichts bringt, dann wird er demotiviert aufhören, weil er ja bislang nicht einmal diese Frequenz geschafft hat. Frag ihn, ob er sich

vorstellen kann, in der Zeit, in der er nicht verreist, zweimal pro Woche ins Studio zu gehen. Tasse dich mit Klienten, die kaum bis gar nicht mehr trainiert haben, langsam an das Ziel heran. Einmal ist besser als keinmal. Zuerst gilt es die Routine zu etablieren. Gib jedem Einzelnen das Gefühl, dass er das Trainingspensum stemmen kann, sonst verlierst du ihn.

Ein Freund von mir sitzt viel im Büro und ist in seiner Freizeit ein absoluter Outdoor-Freak. Mountainbike, Wandern, Rennrad, Klettern und Slackline – das sind seine Sportarten. Mit dem Fitnessstudio hingegen kann er nichts anfangen. Einmal habe ich ihn in ein Studio mitgenommen. Die Trainerin war unglaublich bemüht, sie zeigte ihm wirklich tolle Übungen. Trotzdem fragte er sie am Ende: „Kannst du mir einen Grund nennen, warum ich ins Studio gehen soll?“ Nicht ausgesprochen hat er, was er dabei gedacht hat: Warum soll ich hier drinnen „rumhampeln“, wenn ich doch draußen so toll trainieren kann? Die Trainerin meinte, das müsse er selbst wissen. In diesem Fall hat mein Bekannter herausgehört, dass es für ihn keinen Grund gibt, ins Studio zu gehen.

Wir hören (nur) das, was wir hören wollen. Was könntest du besser machen? In diesem Beispielfall könntest du beispielsweise fragen: Hast du nach langen Bürotagen öfter mal Rückenschmerzen? Er hätte bestimmt mit Ja geantwortet. Und gerade bei genauerem Blick auf seine ausgeübten Sportarten liegt auch eine weitere Frage nahe, zum Beispiel: Warum läufst du nicht, wenn du doch so gerne draußen bist? Möglicherweise hättest du so erfahren, dass er Knieprobleme hat. Damit hättest du bereits zwei Ansätze identifiziert, meinem Bekannten die Vorzüge des Kraft- und Athletiktrainings für ihn persönlich aufzuzeigen. Höre also genau hin und frage nach. Als Trainer brauchst du Interesse und Respekt an der Person, um das Sinnstiftende nicht zu übersehen.

Fazit: Die Voraussetzung für das Wiederkommen von neuen Klienten ist, dass sie das Training als machbar, attraktiv und sinnvoll einschätzen.

Lars ist ein Trainer, der sehr viel weiß. Mein Klient hatte ihn vor einigen Jahren in Berlin kennen- und schätzen gelernt. Doch wenn Lars auf der Trainingsfläche ins Reden kam, dann kühlte mein Klient als Zuhörer des Öfteren aus. Da wurden viele interessante Themen angesprochen, doch Lars kam nicht



Foto: Fotostudio / Shutterstock.com

Für Eilige

Wie kannst du deine Kunden dazu bringen, die Lust am Fitness- und Athletik-Training nicht zu verlieren? Höre genau zu und gib Antworten, die je nach Leistungsniveau sinnstiftend sind. Unterstütze Einsteiger dabei, den Sinn und die Routine fürs Training zu finden. Lobe Dranbleiber so, dass du das Körpergefühl und ein klares mentales Bild der eigenen Bewegung schulst. Schaffe bei sehr trainierten Athleten wieder die Chance auf Unsicherheit des Erfolgs.

Hilf Interessenten dabei auf die Sprünge, den Sinn fürs Training zu finden! Berücksichtige den beruflichen und privaten Kontext deines Klienten, damit du trainingshemmende Faktoren erkennen und entsprechende Hilfestellung anbieten