

Kälte ist cool

Im New Yorker Fitness-Studio Brrrn werden die Räume auf zehn Grad runtergekühlt, damit die Athleten in der Kälte noch mehr Kalorien verbrennen

Fitness ist die neue Religion

Das erfolgreichste Heilsversprechen des jungen 21. Jahrhunderts preist eine **neue Körperlichkeit**: Geist, Gesundheit, Selbstwahrnehmung, immerwährendes Glück. Wäre Fitness eine Religion, dann wäre der Schweiß ihr Weihwasser. Wann haben Sie zuletzt Ihren Puls nach oben gejagt?



Kälte ist heiß

Die wohlhabende und latent saturierte Klientel verlangt nach neuen Trends. Intensive Cardio-Work-outs bei Kühlschrank-Temperaturen sind jetzt „extremely hot“, wie man in Manhattan sagt



Bewegungsbewegung

Natürlich kann man kulturpessimistisch die Fetischisierung eines kaum erreichbaren Körperideals beklagen. Oder den endgültigen Triumph des Neoprotestantismus über den hedonistischen Frohsinn. Vielleicht feiert man aber auch die ästhetische Aufwertung des Trainings durch Boutique-Studios als das, was sie ist: eine Bewegung zu mehr Bewegung. Das passt zum Zeitgeist und nutzt der Gesellschaft mehr, als ihr zu schaden.



New School
Das sogenannte Barre Concept vereint Elemente aus Ballett, Yoga und Functional Training. Es stammt aus den USA und wird im Studio 12 münchenerisch interpretiert



Next School Ein dramatisch inszenierter Spinning-Gruppenkurs lauter schöner Leute, der Trainer als DJ – schicker schwitzen im Berliner Boutique-Studio Becycle



Schulmäßig
Und nach dem Sport bitte eine Superfood-Bowl zur Matcha-Latte. Die Becycle-Gastronomie ist maximal Berlin-Mitte



Fotos: Daniel Delang für FOCUS-Magazin, Rolf Hayo/People Picture

Old School

Dieser Mann hat Körperkult gesellschaftsfähig gemacht. Arnold Schwarzeneggers Aufstiegsfantasie führte ihn vom Eisenpumpen in der Körperwerkstatt über Hollywoods Filmstudios bis auf den kalifornischen Gouverneursposten

So, Tür zu jetzt, Licht runtergedimmt, bis nur noch dunkelviolette Leuchten den engen Raum befunzeln. Dann kann die wilde Fahrt beginnen. Vorn sitzt Craig, der Instructor aus England, auf seinem Indoor-Bike ein bisschen erhöht auf einem Podest. Wie ein Prediger auf seiner Kanzel.

Die DJ-Software auf seinem MacBook gibt den Beat vor für die nächste Dreiviertelstunde im Berliner Boutique-Fitness-Studio Becycle; und der Beat, das ist in diesem Moment eine Drum-'n'-Bass-Version des Moby-Klassikers „Why Does My Heart Feel So Bad“. Craig tritt in die Pedale zum Takt der Musik, 90 Umdrehungen pro Minute, fordert er, „schaut auf eure Displays“, brüllt er ins Headset. Und sofort ballern sie los. Zwei Dutzend Leute – ihre Bewegungen, ihre Gedanken laufen absolut synchron, alles wird eins, ein kollektiver Flow, der diesen Sportkurs in eine schweißtreibende Reise verwandelt. Hätte man so erst mal nicht gedacht, dass eine Indoorcycling-Gruppe diese transzendente Wucht entfalten kann.

Training als Lifestyle-Statement

Vordergründig ist das hier ein überdramatisch inszenierter Spinningkurs. Allerdings bekommt man im Bicycle an der Rezeption nicht nur die Nummer des reservierten Rades mitgeteilt, sondern auch Klickschuhe gereicht, Wasser und ein Handtuch. Das verweist dann schon auf eine höhere Ebene: Training als Lifestyle-Statement.

Früher waren Gruppenkurse lieblos runtergerockte Zusatzangebote in großen Fitness-Studios. In den Boutique-Gyms sind sie die Hauptattraktion. Und dieser Paradigmenwechsel symbolisiert die Diversifikation eines Wachstumsmarkts, der allein in Deutschland mehr als fünf Milliarden umsetzt. Inzwischen sind Mitgliedschaften nicht mehr nötig, bei Becycle zahlt man pro Session, „pay as you go“, nennt sich das, und das entspricht ideal dem Geist der Streaming- und Car-Sharing-Generation. Der Unverbindlichkeit einer mobilen Gesellschaft, die sich dennoch gelegentlich nach Gemeinschaftserlebnissen sehnt. Am Ende geht es nämlich ▶

um Sinnstiftung: Im Zeitalter der Selbstoptimierung ist Fitness die neue Religion.

Becycle steht exakt für jene Lebenswelt, wie sich Peggy aus Sachsen Berlin-Mitte vorstellt. Urbanes Interior-Design mit kupferüberzogenen Wänden und freigelegtem Backstein. Kosmopolitische Kunden, die allesamt Englisch sprechen, hauptsächlich Kundinnen, so umwerfend schön, als wären sie gecastet. Und da sitzen sie mit ihrer Matcha-Latte vorm Apple-Laptop und löffeln Bowls aus dem angeschlossenen Superfood-Laden. Ein Real-Life-Stereotyp, völlig ironiefrei.

„Berghain“ auf dem Bike

Gundula Cöllen, 36, hat das Studio vor knapp drei Jahren mit einer Freundin eröffnet und ist selbst die perfekte Personifikation ihrer Zielgruppe: In England studiert, Jobs als Hedgefonds-Managerin in Südafrika und Australien, jetzt macht sie ihr eigenes Ding. „Es war ein krasses Risiko“, sagt sie, „im ersten Jahr haben sie uns nicht gerade die Bude eingerannt.“ Jetzt liegt die Auslastung bei mehr als 70 Prozent. Indoorcycling, Yoga, Boxen, High-Intensity-Intervalltraining für rund 20 Euro pro Einheit. Das muss man sich leisten können. Oder wollen. Gundula sagt: „Die Leute sind stolz auf ihr Investment.“ Als Facebook-Post sieht das auch lässiger aus als das Foto von Cocktails oder einer neuen H&M-Jeans. Und zeigt: Wer seinen Körper als Investitionsgut begreift, hat schon einmal eine der elementaren Lehren der Gegenwart begriffen.

Letztlich funktionieren solche Angebote nur, wenn sie authentisch sind. Becycle ist wie eine Metapher auf Berlin, es bildet die kulturelle Identität der Stadt ab: Coolness, Offenheit, Musik. „Unsere Instructors“, sagt Gundula, „verwenden viel Zeit auf ihre Playlisten, damit auch wirklich jeder Übergang sitzt.“ – „Berghain“ auf dem Bike.

Der Cycling-Raum ist etwa so groß wie ein Wohnzimmer, 34 Räder drin, eng bei-

sammen, sodass man die anderen keuchen hört, strampeln sieht. „Das Fahren im Pulk pusht enorm, vor allem generiert es eine ganz besondere Energie“, sagt Gundula. Ein kollektives Erweckungserlebnis.

Darum geht es schließlich auch: die Suche nach Sinn, Bedeutung, Zugehörigkeit. Deshalb ist Sport in einer zunehmend säkularen und sich atomisierenden Gesellschaft der optimale Religionsersatz. Er verschafft innere Reinigung, spirituelles Erleben, Selbsterfahrung. Boutique-Studios funktionieren – oberflächlich betrachtet – nach den Mechanismen einer Religi-



Einzigartiger Guru Akin Akman im Kreise seiner meist weiblichen Fitness-Jünger. Der US-Trainer ist Model, Influencer und inzwischen reich

onsgemeinschaft. Kurse zu festen Zeiten, wenn auch nicht vom Kirchturm eingeläutet, die einer strengen Liturgie folgen. Man teilt Rituale, verbindende Insignien, den Glauben und das große Ziel. Dabei geht es eigentlich nur um Oberfläche.

Wenn die Kirche diese eine geistige Heilsbotschaft anbietet, verkaufen sie im Gym gleich mehrere große Versprechen. Das auf gesunde Körper, den Weg zur Erleuchtung und lang anhaltendes Glück. Tatsächlich sind die Instrukto-ren der Studios ziemlich weltliche Gurus mit einer ebenso eifrigen wie treuen Jüngerschar.

Diese Funktion wissen die Stars unter ihnen auch effektiv zu monetarisieren. In den USA, dem Ursprungsland der Boutique-Fitness, sind Leute wie Akin Akman ihrem Trainerjob längst entwachsen. Seine Kurse im New Yorker Soul-Cycle-Studio sind gewissermaßen das Hochamt der Bewegung für Bewegung. Zu seinen Klienten zählen Promis wie Karlie Kloss, David und Victoria Beckham, Edward Enninfu, Jake Gyllenhaal, Brian Atwood oder Maria Scharapowa. Und auf einen freien Platz in einer seiner Klassen wartet man etwa so lang wie Upper-East-Side-Ladys auf ihre Birkin Bag bei Hermès.

Der frühere Tennisspieler Akin ist als zeitgemäße Antwort auf Jane Fonda einer der wichtigsten Fitness-Influencer des Planeten. Sein Jahreseinkommen, raunt man bewundernd, dürfte inzwischen siebenstellig sein, was auch daran liegt, dass er zusätzlich mit Gigi Hadid und Nina Agdal für Tommy Hilfiger modelt.

Promis an der Stange

Soul Cycle ist die große Erfolgserzählung der Branche mit fast 90 Niederlassungen in den USA und Kanada. Und Vorbild für Studios wie Becycle Berlin, Hicycle Hamburg oder Black Bike in München. Auch Barry's Bootcamp oder Psyche aus London setzen ähnliche Maßstäbe im Bereich der intensiven beziehungsweise elitären

Kleingruppenbetreuung. Letztlich wollen sie alle einer anspruchsvollen und latent saturierten Kundschaft neue Reize setzen. Oder: the hottest shit verkaufen.

Manchmal kann hot auch extrem kalt bedeuten. Vergangenen Mai eröffnete im New Yorker Gentrifizierungsghetto Chelsea das erste Studio, in dem ambitionierte Hobbyathleten bei konstant zehn Grad Celsius trainieren. Der Laden heißt konsequenterweise Brrm, was ein hübsches Wortspiel ist aus dem onomatopoetischen Begriff für frieren und burning für Kalorien verbrennen. Die Idee, bei niedrigen Temperaturen einen höheren Energieumsatz zu provozieren, klingt durchaus plausibel. Und ist, zumindest den Betreibern zufolge, auch sportwissenschaftlich fundiert.

New York ist neben Los Angeles die Trendhauptstadt der Fitness-Branche. An der Ostküste ließen sich auch Anja Riesen-berg, 51, und Tanja Krödel, 50, für ihr Studio 12 inspirieren und ausbilden. Bei ihnen

Boutique-Fitness muss authentisch sein und die kulturelle Identität einer Stadt abbilden

in Bogenhausen sieht es genau so aus, wie sich Peggy aus Sachsen München vorstellt: Altbauwohnung auf 220 Quadratmetern mit edlem Parkett, Feinkost Käfer liegt ums Eck, vor den Anwaltskanzleien der Nachbarschaft stehen beeindruckende Autos.

Barre-Fusion nennt sich einer ihrer Kurse, ein Ganzkörper-Work-out an der Ballettstange mit Yoga-Elementen und dem Gemeinsten, was Functional Training so bietet. Im Studio 12 geht quasi das komplette Personenregister aus „Bunte“ ein und ganz schön groggy wieder aus.

Tanja Krodel hat mit Barbara Becker oder Heiner Lauterbach etliche Fitness-Videos und Bücher produziert; als Personal Coach ist sie eine Instanz in der Stadt. Ihre Partnerin Anja sagt: „Wir kennen jede Einzelne, die bei uns trainiert, mit Namen. So können wir auch unser Qualitätsversprechen einlösen.“

Draußen werkelt ein Gärtner, die Maisonnette scheint ins Hochparterre hinein. Die beiden zapfen immer wieder ein Glas Tee aus dem großen Kocher, der neben der gemütlichen Sofaecke steht. Mit seinen vielen Kissen und Decken bildet Studio 12 quasi die ästhetische Antithese zur Berliner Becycle-Coolness. Immerhin verkaufen aber auch sie die gleichen Lululemon-Yoga-Hosen. Für mehr als 100 Euro.

Athlet des Lebens

Das Geschäft mit Bekleidung, Sportdrinks und Nahrungsergänzungsmitteln ist ein relevanter Faktor in dieser Boom-Branche, die nach einer Studie der Unternehmensberatung Deloitte jedes Jahr konstante Zuwachsraten von rund drei Prozent erzielt. Gut elf Millionen Mitgliedschaften in fast 9400 Anlagen klingen zunächst mal beeindruckend und nach einem Indiz für das gestiegene Gesundheitsbewusstsein der Deutschen. Das Verhältnis von Mitgliedschaften zur Bevölkerung liegt mit seinen 13,4 Prozent allerdings deutlich hinter skandinavischen Ländern. Und die Tatsache, dass eben mehr als 85 Prozent der Deutschen nicht ins Fitness-Studio gehen, verspricht noch viel Entwicklungspotenzial in einem Markt, der sich immer weiter ausdifferenziert: Von Discountern wie McFit bis zu Boutique-Angeboten, die noch größere Wachstumsraten aufweisen.

Exakt in dieser Nische macht sich auch Philipp Heider mit seinen Partnern

Elf Millionen Deutsche haben ein Fitness-Abo, der Markt setzt gut fünf Milliarden Euro pro Jahr um

breit. Heider selbst hat American Football gespielt, seine beiden Kompagnons waren professionelle Kickboxer. Die ehemaligen Sport-Profis kommen alle vom Personal Training, seit 2015 bieten sie

durchgesetzt, den Körper als Kraftwerk zu betrachten, der den Anforderungen des beruflichen Alltags gerecht werden muss. Es ist eine Lifestyle-Frage. Einerseits. Aber mehr noch eine existenzielle Verpflichtung, um dem Tempo unseres

Lebens gewachsen zu sein, die individuelle Wettbewerbsfähigkeit herzustellen. Und das ist letztlich auch der Kern der R1-Philosophie: Training für Körper und Geist gleichermaßen.

Heider hilft Führungskräften bei der Persönlichkeitsentwicklung. Das ist ein Prozess auf verschiedenen Ebenen. Einer, der seinen Preis hat. Kurse im R1 kosten, je nachdem, wie oft man das Studio besucht, zwischen 20 und 35 Euro. Heider sagt, in der jüngeren Generation ist die Bereitschaft zu diesem Investment schon vorhanden. „Aber die deutsche Mittelschicht hat das noch nicht so richtig für sich entdeckt.“

Was fehlt, sagen Experten, ist Consumer-Education. Also Leuten klarzumachen, was sie verpassen.

Für ihren Körper, für ihr Selbstbewusstsein. Haltung trainieren und Haltung besitzen, das gehört ja zusammen. Boutique-Training ist einstweilen ein Spaß für jene mit sozialem Status oder dem entsprechenden Aufstiegswillen. Ob das Versprechen auch immer eingelöst wird? Faktisch sitzt man auf seinem Indoor-Rad, strampelt und verausgabt sich. Aber wenn das Licht angeht, ist man trotzdem keinen Meter vorangekommen. ■



Einzigartiges Konzept Philipp Heider, Geschäftsführer von R1 in München, setzt auf ganzheitliches Training für Körper und Geist

auch Work-outs in Kleingruppen an. Und ihr Studio auf der schicken Schwabinger Leopoldstraße ist ein 600 Quadratmeter großer Architektentraum.

„Unsere Idee war die eines Kompetenzzentrums, in dem die Kunden alles unter einem Dach finden“, sagt Heider, 32. Ihr Konzept nennen sie „Athlet des Lebens“, und in seiner Konsequenz dürfte es in Europa, möglicherweise aber auch weltweit singulär sein. Es folgt einem ganzheitlichen Ansatz, der weit über simple Leibesübungen hinausweist und sich konsequent an den Bedürfnissen einer beruflich erfolgreichen akademischen Klientel orientiert. Vier Faktoren – Bewegung, Ernährung, Regeneration, Reflexion – bilden dabei das Gerüst. R1 gibt den Kunden die Tools mit, ihr Leben präziser zu planen: Training, Tagesablauf, Schlaf.

In der globalisierten, mobilen Leistungsgesellschaft hat sich spätestens mit Beginn des neuen Jahrtausends die Erkenntnis

Branchentreff

Am 4. Juni bringt das Burda Bootcamp beim 2. FitTech Summit Experten, Gründer und Investoren in München zusammen: Spannende Paneldiskussion und inspirierendes Networking sind garantiert. Karten unter: www.fittechsummit.com

