

Refit Kamberovic über Influencer der Fitness- und Gesundheitsbranche

# WAHRE INFLUENCER BEWIRKEN VERÄNDERUNGEN MIT BESTAND

Refit Kamberovic, Gründer und Hauptgeschäftsführer des DSSV e.V., Gründer der fitness MANAGEMENT international, Studiobetreiber

Refit Kamberovic, Jahrgang 1950, ist Sportwissenschaftler (Fakultät für Kinesiologie der Universität Zagreb), Kaufmann und leidenschaftlicher Kampfsportler (5. Dan Kickboxen, 3. Dan Budokai, 1. Dan Shotokan). In der deutschen Fitnessbranche ist er seit 1978 aktiv – zunächst als Studiobetreiber, später als Berater für Industrie und Studiobetreiber sowie Autor mehrerer Fachbücher. 1984 gründete Refit Kamberovic den DSSV e. V. (Arbeitgeberverband deutscher Fitness- und Gesundheits-Anlagen) und brachte gemeinsam mit Birgit Schwarze das erste Fachmagazin für die noch junge Fitness- und Gesundheitsbranche heraus (Fitness-Report).



Foto: Klaudia Lech

**fM: Was verstehen Sie unter dem Begriff „Influencer“?**

**Refit Kamberovic:** Für mich sind wahre Influencer Menschen, die Einfluss nehmen und durch diesen Einfluss auch eine Veränderung bewirken, die Bestand hat. Influencer beeinflussen Entwicklungen: das kann in den Bereichen Kultur, Politik oder auch gesellschaftlich geschehen, aber natürlich auch in einer bestimmten Branche, indem durch diesen Einfluss etwas Neues entsteht. In der Fitnessbranche waren Arnold Schwarzenegger und Jane Fonda die ersten Influencer. Später kamen dann Phillip Mills und Billy Blanks hinzu.

**fM: Wie haben Influencer zu der Entwicklung der Fitness- und Gesundheitsbranche beigetragen?**

**Refit Kamberovic:** Arnold Schwarzenegger ist für mich der Erste, der die Fitnessbranche nachhaltig geprägt hat. Die ersten Studios waren reine Bodybuilding-Studios und Schwarzenegger hat schon in den 1970ern durch seine Präsenz in den Medien und später durch seine Filme dem Bodybuilding und damit dem Muskeltraining zu einer breiten gesellschaftlichen Anerkennung verholfen. Danach kam für mich dann Jane Fonda, die Ende der 70er Jahre die Aerobic-Welle auslöste und damit quasi den Grundstein gelegt hat für Group-Fitness, wie wir sie heute kennen. Aerobic, Step-Aerobic, Low- und High-Impact, das gibt es alles auch heute noch. Den nächsten Meilenstein hat dann Phillip Mills gesetzt, der Group-Fitness mit Pump neue Möglichkeiten gegeben hat. Pump ist heute noch immer sehr erfolgreich. Mit Tae Bo hat dann Billy Blanks auch noch Kampfsport-Elemente für Gruppenkurse erfunden.

Auch die Erfindung des elektronischen Zirkeltrainings Ende der 90er Jahre ist für mich ein Meilenstein und Mario Görlach hat diese Entwicklung maßgeblich beeinflusst. Diese Art des Trainings hat es vorher nicht gegeben. Die Fitnessbranche ist durch das elektronisch gesteuerte Krafttraining aber um eine Facette bereichert worden – und auch um eine neue Zielgruppe, die nicht unbedingt wegen ihrer Athletik oder ihres Aussehens trainiert, sondern eher aus gesundheitlichen Gründen. Auch dadurch wurde aus der Fitnessbranche so langsam die Fitness- und Gesundheitsbranche.

EMS-Training hat dann einen weiteren Aspekt in die Fitnessbranche gebracht. Als entscheidende Person sehe ich da Jürgen Decker, der mit miha bodytec diese Trainingsform, die ihre Wurzeln in der Therapie hat, in der Fitness- und Gesundheitsbranche etablierte.

Als neueste Entwicklung sehe ich das Dehnen, so haben wir früher gesagt. Heute heißt es Beweglichkeits- oder Muskellängentraining. Ich glaube, kein Sportler mag das Dehnen. Aber fle-xx und five haben es durch die Entwicklung einer neuen Trainingsform geschafft, dass viele Menschen es gerne tun, weil sie den gesundheitlichen Nutzen erkannt haben. Wolf Harwath ist wahrscheinlich derjenige, den man hier aufgrund seiner Social-Media-Aktivitäten als Influencer sehen könnte. Durch seine Posts und Filme hat er viel zur Akzeptanz der Trainingsform beigetragen.

**fM: Gibt es Ihrer Meinung nach einen Unterschied zwischen Influencern von früher und heute?**

**Refit Kamberovic:** Es gibt große Unterschiede, ja. Durch das Internet und die neuen Medien können die Influencer von heute ihre Botschaften viel schneller verbreiten. Nehmen wir Wolf Harwath. Wenn er einen Film postet und sofort auf Fragen von Trainern oder Betreibern eingehen kann, dann erreicht das viele Menschen in wenigen Sekunden, die es auch noch weiterverbreiten können. Wäre Schwarzenegger heute 25 oder 30 Jahre alt, hätte er wahrscheinlich weit über 100 Millionen Follower.

**fM: Wann und wie haben Sie realisiert, dass Sie Einfluss auf die Fitnessbranche haben?**

**Refit Kamberovic:** In dem Moment, in dem ich angefangen habe, den Menschen zu helfen, ihre Studios zu konzipieren. In den 80er und 90er Jahren habe ich den Bedarf gesehen: Die Leute lieben Fitness, aber sie wissen nicht, wie sie ein Studio gründen sollen. Wie viel Geld brauche ich? Und welche Räumlichkeiten, welche Geräte, usw.? In einem zweiten Schritt haben wir dann gesehen, dass man den Leuten erklären muss, wie sie trainieren sollen. Zum Glück haben wir uns damals sehr schnell mit unseren Bildungspartnern BSA-Akademie und DHfPG zusammengefunden, die diesen Bereich im deutschsprachigen Raum flächendeckend bedienen.

Etwa 1979/80 kam der Gedanke auf, dass jede Branche eine Anlaufstelle für Ideen braucht, um sich zu entfalten und auch eine Institution, die sie nach außen vertritt. Es gab damals vielleicht 1.000 Studios, die meist zwischen 200 und 300 Quadratmeter groß waren. Es wurde dann immer öfter die Frage gestellt nach mehr Qualität und Know-how: Wie kann man ein Studio größer und besser machen? Das war Ende der 70er und es folgte der Impuls, über einen Verband nachzudenken. Wir brauchten eine Interessenvertretung. Den Verband haben wir dann 1984 – ein Jahr nach der BSA-Akademie – gegründet und die Qualität der Studios und der Trainerausbildung in den Vordergrund gestellt. Und schon 1988 hielten wir das erste Seminar in der damaligen DDR. Der Titel lautete damals: „DDR – Fitnessmarkt der Zukunft“. 20 Teilnehmer waren geplant und rund 300 kamen. Von den ersten, sagen wir 100 Studiogründungen in den neuen Bundesländern sind wahrscheinlich 90 durch DSSV-Einfluss entstanden, weil wir dort schon vor der Wiedervereinigung bekannt waren. Für unsere Beratungsleistung haben wir damals kein Geld genommen. Wir wollten, dass sich die Idee „Fitness“ verbreitet. So sind in den 90er Jahren viele Studios entstanden.

**fM: Wie sind Sie mit diesem Einfluss umgegangen?**

**Refit Kamberovic:** Es war für mich einfach positiv, wenn ich den Menschen helfen konnte. Ich habe dann mein erstes Buch geschrieben mit dem Titel „Fitness-Wirtschaft“, das sich sehr gut verkauft hat. Ich bin schon ein bisschen stolz darauf. Der wesentliche Vorteil aber besteht darin, dass wir die gesamte Branche professionalisieren konnten. Diese Reputation nach „außen“ ist bis heute ein Vorteil, den wir in jahrzehntelanger Arbeit erreicht haben. Leider blenden manche Marktteilnehmer die Historie aus und nehmen es als selbstverständlich hin.

**fM: Stellen Sie sich vor, es hätte früher schon Soziale Medien gegeben, wie hätten Sie diese Kanäle genutzt?**

**Refit Kamberovic:** Es wäre alles leichter gewesen und hätte uns einige Jahre Arbeit gespart. Nehmen wir einfach mal 1985. Da hatten wir vielleicht fünf Berichte über Fitnessstudios in den Medien und es waren auch negative Berichte dabei. Wenn ich mir vorstelle, wir hätten damals Facebook, Instagram oder YouTube gehabt, dann hätten wir die Idee von Fitness viel einfacher und viel schneller verbreiten können. Wir hätten Kraft- oder besser Muskeltraining viel schneller zu der Akzeptanz gebracht, die es heute hat. Hätten Arnold Schwarzenegger oder auch Ralf Möller damals Filme und Bilder von sich über diese Kanäle verbreiten können, dann wären wir als Branche viel schneller erfolgreich gewesen und aus Bodybuilding wäre viel schneller die Fitness- und Gesundheitsbranche geworden. Aber am Ende hat es unsere Branche auch ohne Social Media geschafft, sich gesellschaftlich zu etablieren – zwar mit mehr Mühe, aber dafür auch mit mehr Nachhaltigkeit. ■