



Mit dem Internet zur Traumfigur: Jede(r) vierte Deutsche trainiert online

- Ein Viertel der Deutschen nutzt virtuelle Sportangebote
- Online-Sport ist bei junger, auf Social Media aktiver Zielgruppe besonders beliebt
- Virtuelle Trainingsangebote im Job sind immer stärker nachgefragt

Montabaur, 02. Februar 2022. Sport ist eine der beliebtesten Freizeitaktivitäten der Deutschen.^[1] Durch die anhaltenden Einschränkungen im Zuge der Corona-Pandemie sind Besuche im Fitnessstudio häufig nicht mehr so unbeschwert möglich wie früher. Während der kalten Jahreszeit ist Outdoor-Training nicht jedermanns Sache. Das erklärt, warum virtuelle Sportangebote immer beliebter werden: Laut einer repräsentativen Studie von YouGov im Auftrag von 1&1^[2] nutzt jede(r) vierte Deutsche Online-Trainings beispielsweise von Fitness-Plattformen im Internet oder macht Workouts mit Hilfe von YouTube-Videos.^[3]

Jung und über soziale Medien vernetzt: Bei dieser Zielgruppe ist Online-Sport besonders beliebt

Die Studie zeigt, dass virtuelle Sportangebote unter Männern (23 Prozent) und Frauen (26 Prozent) gleichermaßen beliebt sind. Deutliche Unterschiede zeigen sich hinsichtlich der Altersgruppen. Je jünger die Befragten, desto eher wird online trainiert: Knapp die Hälfte (47 Prozent) der 18- bis 34-Jährigen betreibt virtuell Sport, bei den 35- bis 54-Jährigen ist es noch rund jeder Vierte (26 Prozent). Ab 55 Jahren nutzt lediglich jeder Zehnte (11 Prozent) virtuelle Sportangebote. Außerdem zeigt die Studie, dass Online-Trainings vor allem in Mehrpersonenhaushalten beliebt sind. Ein Grund dafür könnte eine höhere Motivationsbereitschaft durch das gemeinsame Training sein. Darüber hinaus lassen sich kostenpflichtige Sportprogramme durch einen gemeinsamen Account leichter finanzieren. Schließlich zeigt die Studie, dass Teilnehmer von virtuellen Sportangeboten auf Social Media vernetzt sind: 51 Prozent sind auf TikTok, 39 Prozent nutzen YouTube und 39 Prozent haben einen Account bei Instagram. Da auf diesen Plattformen zahlreiche Fitness-Inhalte zu finden sind, liegt die Vermutung nahe, dass die Freizeitsportler hier Inspiration für das eigene Training suchen und finden. Voraussetzung hierfür ist ein Internetanschluss mit einer adäquaten Bandbreite. Nur so erfolgt die Übertragung der Online-Fitness-Sessions zuhause stabil ohne Unterbrechung.

Firmensport: 1&1 setzt auf virtuelle Angebote

Nicht nur im Freizeitbereich stehen die Zeichen auf virtuell: Auch im beruflichen Kontext haben viele Unternehmen ihre Sportangebote für Mitarbeitende an die neuen Gegebenheiten angepasst, darunter auch 1&1. Die Vor-Ort-Sportkurse „Yoga“ und „Rückenfit“ wurden komplett auf virtuelle Angebote umgestellt. Das kommt bei den Mitarbeitenden so gut an, dass die Teilnehmerzahl stark angestiegen ist. Ebenfalls beliebt sind neu eingeführte Online-Formate wie die 15-minütige aktive Mini-Pause zur Mittagszeit, die virtuelle Gesundheitswoche als Alternative zu den Gesundheitstagen vor Ort im

Unternehmen oder die B2Mission-Challenge als Alternative zu Firmenläufen. Langfristig werden bei 1&1 und den anderen Konzerngesellschaften der United Internet-Gruppe die Sportkurse auf hybride Modelle umgestellt. Das bedeutet, dass die Gesundheitsangebote und Workouts sowohl an den Standorten selbst als auch virtuell stattfinden. Ziel ist es, ein zukunftsfähiges Modell zu schaffen, um mit den Sportangeboten möglichst viele Mitarbeitende mit unterschiedlichen individuellen Bedürfnissen zu erreichen: So sollen Personen, die sich in der Gruppe besser motivieren können, genauso Teilnahmemöglichkeiten erhalten wie Mitarbeitende, die aus privaten Gründen keine Zeit für die Anreise zum Sportkurs haben. Mit der Umstellung von klassischen Sportkursen auf virtuelle bzw. langfristig auf hybride Modelle liegt 1&1 voll im Trend: In unterschiedlichen Rankings wird Home Fitness oder Online-Training als Nummer eins Fitness-Trend für das Jahr 2022 genannt.^[4]

[1] <http://www.freizeitmonitor.de/zahlen/daten/statistik/freizeit-aktivitaeten/2021/freizeit-in-coronazeiten-mehr-aktivitaeten-zuhause>

[2] Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2.067 Personen zwischen dem 10. und dem 12.03.2021 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

[3] Diese und alle folgenden Aussagen zur Studie beziehen sich auf den untersuchten Zeitraum in 03/2021.

[4] <https://www.fitbook.de/fitness/fitness-trends-2022> und <https://www.fitforfun.de/news/die-fitness-trends-2022-diese-trends-erwarten-dich-im-neuen-jahr-506158.html>

Über die 1&1 AG

Die 1&1 AG ist ein börsennotierter Telekommunikationsanbieter mit Sitz in Montabaur. Das Unternehmen gehört zum Konzernverbund der United Internet AG.

1&1 betreibt als erster Netzbetreiber Europas ein vollständig virtualisiertes Mobilfunknetz auf Basis der innovativen Open-RAN-Technologie. Neben einem umfassenden Mobilfunkportfolio werden Breitbandanschlüsse angeboten, die zumeist auf dem deutschlandweiten Glasfaser-Transportnetz von 1&1 Versatel sowie auf regionalen Netzen von City Carriern und der Deutschen Telekom basieren.

Während die Marke 1&1 Value- und Premiumsegmente adressiert, sprechen die Discount-Marken des Konzerns preisbewusste Zielgruppen an.

Ihr Pressekontakt

Thomas Kahmann
Telefon: +49 2602 / 96 – 1276
E-Mail: presse@1und1.de