

Bernard Marti, Markus Lamprecht<sup>1</sup>, Josef Bächler<sup>2</sup>, Stefan Spring<sup>2</sup>, Felix Gutzwiller<sup>3</sup>

Sportwissenschaftliches Institut (SWI), Bundesamt für Sport (BASPO), Magglingen

<sup>1</sup> Lamprecht & Stamm, Sozialforschung und Beratung AG, Zürich

<sup>2</sup> Projektleitung Vitaparcours, c/o Gesundheitsstiftung Radix, Zürich

<sup>3</sup> Institut für Sozial- und Präventivmedizin der Universität Zürich, Zürich

# Bekanntheit, Nutzung und Bewertung des Vitaparcours: Vergleich zwischen 1997 und 2001

## Zusammenfassung

Zwei im Abstand von 4<sup>1/2</sup> Jahren vorgenommene Repräsentativumfragen in der Schweizer Bevölkerung zeigen einen unverändert hohen Bekanntheitsgrad des Vitaparcours (über 90%), eine konstante Nennung positiver Attribute wie Naturnähe, Gesundheitswert, Trainingsgelegenheit und Entspannungswirkung sowie eine selbstangegebene, mindestens wöchentliche Nutzungsfrequenz von ungefähr 10%. Eine 1998–2001 vorgenommene, auf dem aktuellen sportmedizinischen Kenntnisstand beruhende Modernisierung des Parcours (u.a. mit neuen, vielseitigeren Übungen) wird durch die Nutzer sehr positiv beurteilt, ist aber bevölkerungsweltweit noch zu wenig bekannt.

## Summary

*Attitude towards and use of the fitness trail «Vitaparcours»: Comparison between 1997 and 2001*

Two representative surveys in the Swiss population showed that the fitness trail Vitaparcours is very well known (by more than 90% of respondents). The most frequently mentioned positive attributes of the trail were its scenic placement in nature, its health value, the opportunities for physical training and relaxation. Approximately 10% of the respondents reported to use the trail at least once a week (which is likely to be somewhat an overreporting). During 1998–2001, the fitness trail was completely re-designed, offering new and different training options (i.e. specific exercises for endurance, strength, flexibility). This development was rated very positively by regular users. However, a majority of the population does not know that the Vitaparcours has been relaunched, leaving room for a broader promotion campaign.

Schweizerische Zeitschrift für «Sportmedizin und Sporttraumatologie» 50 (4), 161–163, 2002

Der Vitaparcours – diese naturschön gelegene, jederzeit zugängliche Sportanlage für persönliches, vielseitiges Fitnessstraining – ist eine international bekannte Schweizer Erfindung [1]. Ursprünglich Ende der 60er Jahre von Pionieren eines Zürcher Turnvereins (Männerriege des TV Wollishofen) ausgeheckt, erfuhr der Vitaparcours im Zuge der aufkommenden Fitnesswelle eine enorme Verbreitung. Bereits Mitte der 80er Jahre lag ein flächendeckendes Netz von nahezu 500 Parcours in der Schweiz vor, in allen drei Sprachgebieten, in städtischen Agglomerationen, in Tourismusorten wie auf dem Lande und vom Tessin bis in den Jura. «Den Vitaparcours machen» wurde in manchen Erhebungen sogar als Sportart für sich erfragt. Ende der 80er Jahre erreichte die Fitnesswelle ihren Höchststand, und im Zuge der Aufsplitterung und Neuentwicklung verschiedener Outdoor-Sportarten zeigten kleinere Umfragen des damaligen Schweizerischen Landesverbandes für Sport (heute Swiss Olympic) teilweise rückläufige (selbstangegebene) Benützungsfrequenzen des Vitaparcours. Überdies wurde in den Medien, vorab in Zeitungen, bisweilen etwas sarkastisch das Bild eines allmählich verlotternden, etwas «verstaubten» und aus der Mode gekommenen Parcours gekennzeichnet. 1993 zog sich auch der bisherige Alleinsponsor des Parcours, die Vita-Lebensversicherung, zurück – nach Äufnung eines Startkapitalfonds, um den Fortbestand der Sportanlage zu sichern.

Die 1997 vorgenommene Repräsentativerhebung hatte zum Ziel, Bekanntheit, Nutzung und Image des Vitaparcours zu explorieren – dies im Hinblick auf die Suche nach neuen Sponsoren –, dazu aber die Absicht, den Impact der Qualitätskontrolle – konkret der fachlichen Beratungstätigkeit der Projektleitung Vitaparcours für die lokalen Trägerschaften – zu evaluieren.

Diese Erhebung 1997, die nachfolgend nur partiell vorgestellt wird, ergab ein überraschend gutes Image des Vitaparcours, was mit ein Grund war für die massive Unterstützung durch einen neuen Hauptsponsor, die Zürich Versicherung, ab 1998.

Die neuen Mittel erlaubten eine grundlegende Neugestaltung des Parcours, verbunden mit einer Neulancierung. Die Neukonzeption des Parcours orientierte sich an aktuellen sportmedizinisch-präventiven Kenntnissen und beinhaltete Folgendes:

- Reduktion der Zahl der Übungsposten von 20 auf 15; dadurch Verlängerung der Einlaufstrecke;
- Vorschlag unterschiedlicher Übungsformen am gleichen Posten, die wahlweise Ausdauer, Kraft oder Beweglichkeit besonders trainieren; einheitliche farbliche Kennzeichnung der Übung (grün = Ausdauer, rot = Kraft, gelb = Beweglichkeit) auf den neu dunkelblau gestalteten Tafeln;
- Kreieren neuer Übungen und entsprechender Posten (Liegebänke) zum gezielten Training der Rumpfmuskulatur (Bauch, Rücken), dazu eines neuartigen Slaloms für Beweglichkeit/Geschicklichkeit;
- Angaben zum Energieverbrauch des Parcours sowie Nutzungsmöglichkeit des Parcours als Ausdauerstest («geeichte» Laufzeiten, mit geschlechtsspezifischer Einteilung in verschiedene Alters- und Leistungsgruppen).

Der neue Vitaparcours lädt somit zu einer individuelleren, vielfältigeren Nutzung ein – im Gegensatz zum vielleicht etwas strammen «Vorturner-Image» des traditionellen Parcours. Das Interesse der lokalen Trägerschaften (etwa zu 50% Gemeinden, 25% Touris-

musorganisationen, 25% Sportvereine) am neugestalteten Vitaparcours war erfreulich gross: Bis Ende 2000 hatten schon rund 400 Orte ihren Parcours umgebaut. Deshalb wurde Ende 2001 erneut eine Befragung zu Bekanntheit, Nutzung und Bewertung des Vitaparcours vorgenommen. Besonders interessierte dabei eine Beurteilung der Neugestaltung durch eine repräsentative Bevölkerungsstichprobe.

## Methode

### Erhebung 1997

CATI (Computer Assisted Telephone Interview)-Telefonbefragung durch IPSO (Sozial-, Marketing- und Personalforschung, Dübendorf) von 625 18- bis 74-jährigen Personen aus der deutsch- und französischsprachigen Schweiz (Ausschöpfungsrate 57%) anfangs Frühling 1997; zusätzlich analoge Befragung von 500 weiteren Personen aus Gemeinden mit einem Vitaparcours (Ausschöpfungsrate 52%).

### Erhebung 2001

CATI-Telefonbefragung durch LINK bzw. Lamprecht & Stamm (Sozialforschung und Beratung, Zürich) von 1008 14- bis 74-jährigen Personen aus der deutsch-, französisch- sowie italienischsprachigen Schweiz im November/Dezember 2001. Soweit als möglich identische Fragen wie in der Erhebung 1997. Die Erhebung 2001 war in eine grössere Umfrage zur Evaluation der «Feel Your Power»-Kampagne von Gesundheitsförderung Schweiz integriert.

Wegen des unterschiedlichen Saisonzeitpunktes der beiden Erhebungen sowie Differenzen in den Datenanalysen wird auf formalstatistische Vergleiche, z.B. Signifikanztests, verzichtet.

## Ergebnisse

### Bekanntheit 1997

94% der Bevölkerung wussten, was ein Vitaparcours ist, d.h. lieferten eine korrekte Beschreibung; weitere 4% hatten das Wort schon mal gehört, konnten den Parcours aber nicht beschreiben. Diese Anteile waren unabhängig von Alter, Geschlecht, Stadt-Land oder Bildungsniveau.

### Bekanntheit 2001

91% der Schweizer Bevölkerung lieferten ungestützt eine korrekte Beschreibung des Parcours, 4% hatten den Begriff schon mal gehört und 5% kannten das Wort Vitaparcours nicht. Der Bekanntheitsgrad hing stark von der Nationalität ab: Ausländer wussten zu 37% nicht, was ein Vitaparcours ist. Auch das persönliche Bewegungsverhalten hatte einen signifikanten Einfluss: Inaktive wussten zu 22% nicht, was ein Vitaparcours ist.

### Nutzung 1997

Die grösste Gruppe bildeten mit 63% die «Ex-Nutzer», d.h. Personen, die den Vitaparcours früher einmal genutzt hatten, aber jetzt nicht mehr; die «Lifetime»-Nutzungshäufigkeit dieser Ex-Nutzer war relativ niedrig: je ein Drittel nutzte den Parcours insgesamt höchstens 10-mal, höchstens 30-mal bzw. mehr als 30-mal. 11,5% der Bevölkerung bezeichneten sich als aktuelle regelmässige (d.h. mindestens 1-mal wöchentlich) Nutzer während des Sommerhalbjahres, wobei dieser Anteil nicht altersabhängig, jedoch einem schwachen Geschlechtereffekt unterworfen war (13,5% männliche vs. 10% weibliche regelmässige Benutzer). Gleichgross war der Anteil von Nie-Nutzern, 11,5%, wobei die 55- bis 74-jährigen hier übervertreten waren. Von den regelmässigen Benutzern gaben die Hälfte an, alle Übungen zu machen, gut 40% machte einen Teil davon. Unterscheidet man die Übungen in anstrengende und nicht

anstrengende, bevorzugten jüngere Nutzer (18- bis 34-jährige) erstere, Frauen letztere Übungen.

Bemerkenswert war, dass es zwischen Bewohnern von Vitaparcours-Standortgemeinden und der übrigen Schweiz keine signifikanten Unterschiede in der Nutzungshäufigkeit gab.

### Nutzung 2001

Bezogen auf alle Personen, die wissen, was ein Vitaparcours ist, war erneut die Gruppe der früheren oder «Ex-Nutzer» mit 66% die zahlenstärkste. Die Lifetime-Nutzungshäufigkeit dieser Gruppe war in 40% bis 10-mal, in 27% 11- bis 30-mal sowie in 33% mehr als 30-mal. 23% der Befragten bezeichneten sich als aktuelle Nutzer, 11% waren Nie-Nutzer. Unter dem knappen Viertel aktueller Nutzer frequentieren 14% den Parcours mehrmals wöchentlich, 22% einmal pro Woche, was bezogen auf die gesamte Bevölkerung etwa 8% regelmässige Nutzer ergibt. Weitere 42% dieses Viertels von Nutzern, mithin 9% der Gesamtbevölkerung, besuchen den Parcours 1- bis 3-mal im Monat.

56% der regelmässigen Nutzer machen die Übungen fast immer, 30% machen sie teilweise und lediglich 8% lassen sie bewusst aus. 24% nutzen die neue Möglichkeit der selektiven Übungswahl und bevorzugen die Beweglichkeitsübungen, 11% die Kraftübungen und 7% die Ausdauerübungen, während 58% weiterhin alle Übungen etwa gleich, d.h. von allem etwas, machen.

### Beurteilung des Vitaparcours 1997

In einer interviewgestützten systematischen Beurteilung wurden von Nutzern und Nicht-Nutzern in praktisch gleichem Masse folgende drei positiven Attribute genannt: Naturnähe, gesundheitlicher Wert, Entspannungswirkung. Ganz überwiegend wurde der Vitaparcours weder als überflüssig noch als veraltet bezeichnet; relativ schwächer beurteilt wurden: Attraktivität und Nutzungshäufigkeit der Parcours, Sicherheit und Ungefährlichkeit der Anlagen. 5% der Bevölkerung hatten ein allgemein negatives Bild vom Vitaparcours (18- bis 34-jährige deutlich häufiger als 55- bis 74-jährige), ein weiteres Prozent fand spezifisch die Idee des Vitaparcours veraltet und überholt.

Der Unterhalt der Parcours wurde überwiegend als gut oder sehr gut beurteilt; Benützer eines Parcours, der von der Qualitätskontrolle der Stiftung als «ausgezeichnet» qualifiziert wurde, gaben ein deutlich höheres Rating des Unterhalts des Parcours an als Benützer einer Anlage, die lediglich mit «ziemlich gut» qualifiziert wurde – was für die Effektivität der Qualitätskontrolle der Anlagen durch die Projektleitung Vitaparcours spricht.

### Beurteilung des Vitaparcours 2001

Die Beurteilung der positiven, allgemeinen Attribute des Vitaparcours war 2001 praktisch identisch mit 1997 und wird deshalb hier nicht wiederholt.

Von der Neugestaltung des Vitaparcours wussten etwas Konkretes 21% (aller Personen, die wissen, was ein Vitaparcours ist), 14% hatten davon gehört, wussten aber nichts darüber, und vollen 65% war die Neugestaltung in keiner Weise bekannt. Diejenigen, denen die Neugestaltung aufgefallen war, nannten folgende bemerkte Änderungen:

- die neu hinzu gekommenen Übungen (von 43% genannt)
- die neuen, dunkelblauen Tafeln (von 28% genannt)
- die Kennzeichnung der Übungen nach Farben für Kraft, Ausdauer oder Beweglichkeit (von 19% genannt)
- dass es pro Posten neu mehrere Übungsmöglichkeiten gibt (von 11% genannt)
- die längere Einlaufstrecken (von 9% genannt)

Alle anderen Veränderungen fielen höchstens 5% dieser «sensibilisierten» Gruppe auf.

Von den angeblichen Nutzern des Vitaparcours sagten 61%, die Umgestaltung wahrgenommen zu haben, während 39% dies verneinten – dieser Befund weckt den Verdacht auf ein «Overreporting» der Vitaparcours-Benutzung und wird noch diskutiert.

Im Urteil der Personen, die die Neugestaltung der Parcours wahrgenommen hatten, erhielt der neue Parcours gute Noten: 46% fanden ihn stark verbessert und 44% etwas verbessert.

Ernüchternd für den Sponsor war das Ergebnis, dass spontan sowie gestützt nur 10% über das Engagement der Zürich Versicherung für den Vitaparcours Bescheid wussten.

## Diskussion

Die vorliegenden beiden Erhebungen aus den Jahren 1997 sowie 2001 zeigen, dass der Vitaparcours eine überaus bekannte «Marke» ist. Mit einem Bekanntheitsgrad von über 90% gehört der Parcours zum Kreis so omnipräsenter Marken wie Coca Cola, Migros, Adidas oder VW. Auch das Image des Vitaparcours ist sehr positiv: Die am häufigsten genannten Attribute waren 1997 wie 2001 Naturnähe, gesundheitlicher Wert, gute Trainingsgelegenheit, Entspannungswirkung. Negative Konnotationen im Sinne eines veralteten Images waren schon 1997 sehr selten und 2001 kaum mehr nachweisbar.

Trotz dieser positiven Wahrnehmung der Sportanlage Vitaparcours stagnieren die Nutzungsziffern jedoch, zeigen sogar eine schwache Tendenz nach unten und lassen offensichtlich keinen signifikanten Effekt der (an sich sehr gut bewerteten) Neugestaltung des Parcours – wie gesagt gemäss aktuellem Kenntnisstand der präventiven Sportmedizin vorgenommen – erkennen.

Auf einer anderen Ebene liefert die Erhebung 2001 sogar Hinweise dafür, dass ein in der Epidemiologie des Bewegungsverhaltens fast immer verkanntes Problem, nämlich das Überschätzen oder «Beschönigen» des eigenen Tuns im Sinne der sozialen Wünschbarkeit (sog. «Overreporting») mit in die Ergebnisse hineinspielt. Das Overreporting eines Verhaltens mit hoher gesellschaftlicher Akzeptanz (wie dem Sporttreiben) entsteht ja dadurch, dass sich die Befragten in ihren Antworten häufig von persönlichen Wünschen und Zielen statt von ihrem tatsächlichen Handeln leiten lassen. 8% mindestens wöchentliche Vitaparcours-Nutzer in der gesamten Bevölkerung, wie in der Erhebung 2001 ermittelt, würden bedeuten, dass sich jede Woche über eine halbe Million Menschen auf den Vitaparcours unseres Landes betätigen. Umgerechnet auf die 500 Parcours der Schweiz (davon einige doch recht abgelegene!) entspräche das Tagesfrequenzen pro Parcours von etwa 150 Besuchern, zu allen Jahreszeiten – was eher unwahrscheinlich ist. Auch die Tatsache, dass von den selbstdeklarierten Nutzern des Vitaparcours zwei Fünftel nicht bemerkt hatten, dass er komplett neu gestaltet worden war, spricht gegen die

Richtigkeit der Selbstangaben. Diese zu vermutenden Verzerrungen schwächen die Aussagekraft der beiden vorliegenden Erhebungen hinsichtlich qualitativer Trendanalysen jedoch kaum ab, da ohne weiteres anzunehmen ist, dass Stärke und Richtung dieses «Reporting bias» zwischen 1997 und 2001 kaum geändert haben. Trotz der gemachten Einschränkung dürfen somit die beiden hier vorgestellten Erhebungen als repräsentativ bezeichnet werden.

Sehr positiv fällt die Bewertung der Neugestaltung des Parcours aus – die indessen bislang weder zur Akquirierung neuer Vitaparcours-Nutzer noch zur Reaktivierung von Ex-Nutzern Wesentliches beigetragen hat. Hier liegt demnach vermutlich ein gewisses Potenzial der Neulancierung, hat doch eine Mehrheit der Bevölkerung die Neugestaltung bisher nicht zur Kenntnis genommen. Eine vor allem auf die grosse Gruppe der Ex-Nutzer zielende Informations- und Werbekampagne wäre einen Versuch wert.

Zusammenfassend zeigt die vorliegende Auswertung, dass selbst die in den letzten Jahren nicht gerade im Mainstream-Trend liegende «Sportart Vitaparcours» ihren nicht unbedeutenden Platz im sportlichen Portfolio der Schweizer Bevölkerung halten können. Dies ist zum einen wohl auf die Qualität der Betreuung der Parcours und ihrer Trägerschaften durch die Projektleitung, zum andern aber auch auf das vom wirtschaftsseitigen Sponsor initiierte gründliche «Facelifting» dieser altbewährten helvetischen Sportinstitution zurückzuführen.

## Dank

Die Autoren wie der Stiftungsrat Vitaparcours danken der Zürich-Gruppe für die langjährige grosszügige Unterstützung.

Kontaktadresse:

Bernard Marti, Prof. Dr. med., Sportwissenschaftliches Institut (SWI), Bundesamt für Sport (BASPO), 2532 Magglingen; [bernard.marti@baspo.admin.ch](mailto:bernard.marti@baspo.admin.ch)

## Literaturverzeichnis

- 1 Marti B., Abelin T., Howald H., Bissegger B.: Promotion and measurement of physical fitness in Switzerland. In Abelin Th., Brzezinski Z., Carstairs V. (Eds.): Measurement in health promotion and protection. WHO, Regional Publications, European Series No. 22, 1987, pp. 510–21.