

ERSTAUSGABE

D EUR 10,90 • A EUR 11,90 • CH CHF 20,00



# LEISTUNGSLUST

FACHZEITSCHRIFT FÜR SPORT- UND FITNESS-TRAINER

VON DEN  
MACHERN DER



**WER ABNEHMEN WILL,  
MUSS SICH SATT  
ESSEN.**

CHRISTIAN WITTMANN, 29, HAT 58 KILO ABGENOMMEN.

April  
2016





BERATUNG

# ZIELE ERREICHEN – ERWARTUNGEN ÜBERTREFFEN

Ein Beitrag von Dr. med. Markus Klingenberg

„Ich würde gerne etwas abnehmen!“ Das ist mit Abstand der am häufigsten geäußerte Wunsch, den ich in meiner Tätigkeit als Coach und Personal Trainer in über zehn Jahren gehört habe. Meine Gegenfragen sind immer die gleichen: Warum? Wie viel? Bis wann?

**Wieso, weshalb, warum.** Das „Warum“ ist entscheidend. Als ehemaliger Leistungssportler im Kampfsportbereich war es für mich über mehr als zehn Jahre entscheidend, ein bestimmtes Gewicht zu einem bestimmten Zeitpunkt auf der Waage vorzuweisen, nämlich morgens am Wettkampftag, um in der gewünschten Gewichtsklasse starten zu können. Den meisten Menschen geht es aber darum, besser auszusehen oder wieder eine bestimmte Kleidungsgröße zu erreichen. Dann ist weniger das absolute Gewicht entscheidend, relevant sind in diesem Fall die Körperzusammensetzung und die Umfänge. Nach einem gezielten Training und Muskelaufbau bei gleichzeitiger Reduktion des Körperfettanteils kann das Körpergewicht insgesamt nur geringfügig weniger sein, obwohl die Kundin ein oder zwei Kleidergrößen weniger trägt.

Das „Wie viel“ wird somit häufig schon durch das „Warum“ festgelegt. Bei einer sportbedingt einzuhaltenden Gewichtsklasse handelt es sich um eine definierte Zahl. Bei dem Wunsch, eine Kleidergröße weniger zu tragen, rückt diese Angabe in den Hintergrund. Dann gewinnt der Umfang an Bauch, Hüfte oder den Oberschenkeln an Bedeutung. Die Frage „bis wann“ wird initial öfter diffus beantwortet: „bis zum Sommer“, „dieses Jahr“ et cetera. Anders verhält es sich bei Frauen

## Für Eilige

Ein Ziel zu formulieren ist die eine Sache. Das Ziel dann aber auch zu erreichen ist oftmals sehr viel schwieriger. Dr. med. Markus Klingenberg unterstützt seit vielen Jahren sowohl Einzelpersonen als auch Firmen auf dem Weg zu ihrem Ziel. Er setzt dabei auf sieben Grundregeln, die er seinen Kunden unter anderem für ein erfolgreiches Gewichtsreduktionsprogramm ans Herz legt.

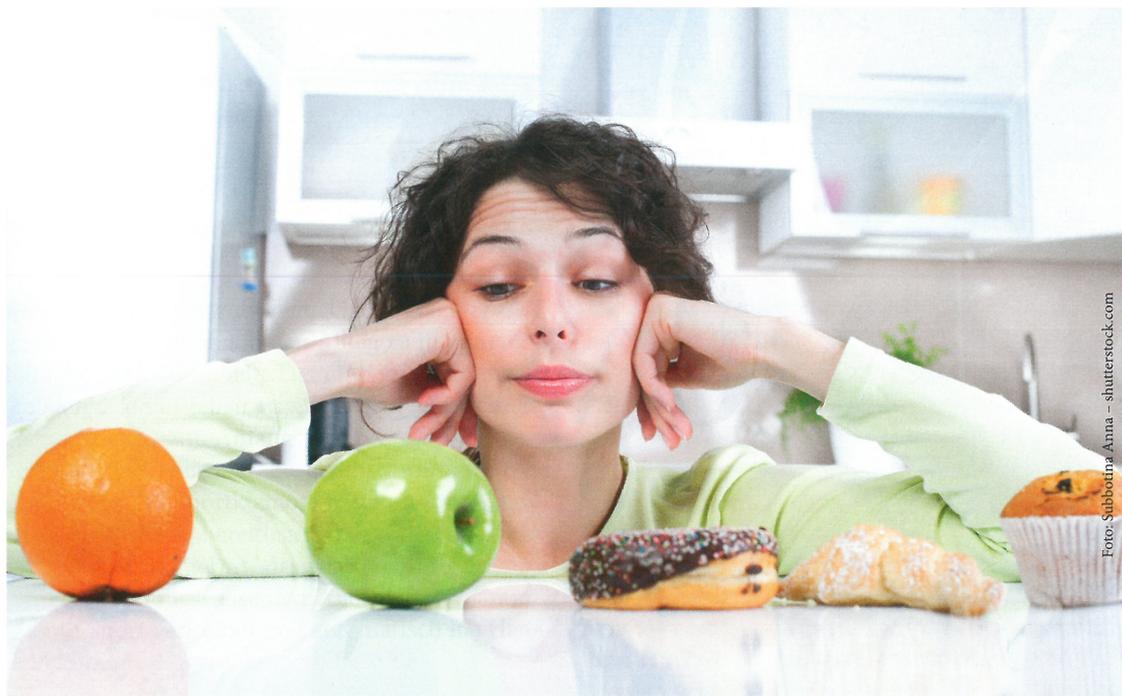


Foto: Shutterstock Anna - shutterstock.com

und Männern, die aufgrund einer Hochzeit abnehmen wollen. In diesem Fall existiert in der Regel ein exaktes Datum. Diese Kunden gehören übrigens meiner Erfahrung nach zu den erfolgreichsten.

Einige Menschen schaffen es zwar, ihre Ziele zu erreichen, der weitaus größere Teil schafft es allerdings nicht ohne Weiteres. Wer oder was ist dafür verantwortlich? Aufgrund der vielen angebotenen Diäten, Trainingsformen und Verhaltensregeln ist es offenkundig, dass es nicht die „eine Diät“, nicht das „eine Konzept“ gibt. Die folgenden sieben Grundregeln können deinen Kunden beim Erreichen ihrer Ziele helfen, und zwar unabhängig von einer bestimmten Diät oder einem bestimmten Trainingsplan.

**Erste Regel: Via negativa.** Eine wichtige Frage ist, ob es entscheidende Gemeinsamkeiten dieser Diäten und Konzepte gibt. Regelmäßig vergleichen die Stiftung Warentest und verschiedene Boulevard- und Fachmagazine die unterschiedlichsten Diäten. So banal es auch klingen mag, die grundlegende Gemeinsamkeit der allermeisten Diäten ist das Befolgen bestimmter Regeln. Die eigene Ernährung wird auf diese Weise zeitlich und inhaltlich strukturiert. Die Vorgaben beinhalten meistens das Weglassen bestimmter Lebensmittel. Die Konzentration auf das Wesentliche durch Weglassen des Unnötigen (Süßigkeiten, Alkohol et cetera) ist sicherlich einer der wirksamsten gemeinsamen Aspekte.

**Zweite Regel: Wer schreibt, nimmt ab.** Eine weitere wesentliche Erfolgskomponente ist das Ins-Bewusstsein-Rufen des Ist-Zustandes. Wir benötigen also ein Ernährungsprotokoll. Dieses kann handschriftlich oder elektronisch verfasst werden,

online oder offline – Hauptsache, dein Kunde schreibt auf, was, wie viel und wann er isst. Am besten notiert er oder sie auch noch, warum. Hunger, Appetit, Langeweile oder Geselligkeit – in den meisten Fällen essen wir nicht aus einem akuten Hungergefühl heraus. Durch das Aufschreiben können deine Kunden ihre eigenen Ernährungs- und Essgewohnheiten verstehen lernen.

**Dritte Regel: Angewendetes Wissen ist Macht.** Es heißt immer, Wissen sei Macht. Das stimmt aber nur bedingt. Erst angewendetes Wissen ist Macht. Deshalb spielen die beiden Punkte Organisation und Verhalten eine so entscheidende Rolle für den Erfolg jeder Diät. Die Einsicht, dass ein Abnehmen von Körperfettgewebe in direktem Zusammenhang mit einem Kaloriendefizit und vermehrter Bewegung steht, ist bekannt. Die erfolgreiche Umsetzung durch Veränderung des eigenen Handelns im Alltag, die Steigerung der täglichen Bewegung und eine bewusster Ernährung stellen die wesentlichen Hürden auf dem Weg zum eigenen Ziel dar.

---

*„Gedacht heißt nicht immer gesagt, gesagt heißt nicht immer richtig gehört, gehört heißt nicht immer richtig verstanden, verstanden heißt nicht immer einverstanden, einverstanden heißt nicht immer angewendet, angewendet heißt noch lange nicht beibehalten.“ (Konrad Lorenz)*

---

Hier liegt eine ganz wesentliche Stärke eines individuellen Coachings. In einem Einzel- oder Gruppengespräch ist es einfacher, positive Rituale, die zu einer gewünschten Verhaltensänderung führen, festzulegen und im Verlauf zu verstärken. Es geht um einen Prozess und nicht um ein einmaliges Ereignis.

Verhaltens-  
änderung ist  
ein Prozess

Auf das Wesent-  
liche konzentrieren  
und Unnötiges  
weglassen

Ein Ernährungs-  
protokoll hilft  
dabei, die Er-  
nährungs- und  
Essgewohnheiten  
zu verstehen

**Vierte Regel: Die Macht der Bilder nutzen.** Unsere Ideen und Wünsche bestehen aus Bildern in unserem Kopf. Je klarer und eindeutiger dieses Bild ist, desto besser. Vielleicht haben deine Kunden ein eigenes sportliches, schlankes Foto aus der Vergangenheit, oder es gibt ein Vorbild. Der Einsatz aussagekräftiger Bilder unterstützt deine Kunden beim Erreichen ihrer Ziele.

**Fünfte Regel: Handle so, als ob.** Ein persönlicher Tipp, der vielen Kunden geholfen hat, ist ein Perspektivenwechsel. Motiviere deine Kunden, so zu handeln, als ob sie ihr Ziel schon erreicht hätten. Wie würde sich eine schlanke und sportliche Person verhalten, die ihre Ernährung und ihr Training im Griff hat?

Würde sie darauf achten, zu frühstücken, um später Heißhunger zu vermeiden und gleichzeitig genug Kraft für ein Training zu haben? Ja!

Würde ein Sportler darauf achten, nach einer intensiven Trainingseinheit ausreichend hochwertige Nährstoffe zu sich zu nehmen und sich genug Schlaf zur Regeneration gönnen? Ja!

Reicht es aus, sich einen Tag oder eine Woche optimal zu verhalten? Nein, regelmäßige Bewegung und eine ausgeglichene Ernährung sind ein Prozess und eine Lebenseinstellung!

**Sechste Regel: Du kannst nicht managen, was du nicht misst.** Möchte dein Kunde mit einer Diät und Training seinen Körper verändern, müsst du geeignete Messgrößen herausuchen und regelmäßig überprüfen. Sinnvoll sind das Körpergewicht, die prozentuale Zusammensetzung und die Umfänge. Zu beachten ist, dass die Messbedingungen möglichst standardisiert sind: die gleiche Waage, zur gleichen Tageszeit vor der Mahlzeit, nach einem Besuch des Badezimmers. Umfangsmessungen an genau definierten Punkten des Körpers, durch die gleiche Person mit den gleichen Utensilien. Wird zeitgleich zu einer Diät trainiert, sollten auch die Trainingsgewichte und -widerstände protokolliert werden, um die richtige Balance zwischen Kalorienaufnahme und Training zu finden. Fällt die Kraft- oder Ausdauerleistungsfähigkeit ab, sind Ernährung oder Regeneration nicht ausreichend, oder der Trainingsplan ist zu intensiv.

**Siebte Regel: Tu Gutes und sprich darüber.** Möchten deine Kunden bis zum Beginn der Som-

merferien eine Kleidungsgröße weniger haben oder wieder zehn Kilometer joggen können? Dann ermutige deine Kunden, der Familie, den Freunden und den Kollegen von ihrem Ziel zu erzählen. Zum einen baut sich ein gewisser positiver Druck auf, nicht versagen zu wollen, zum anderen kann das Umfeld der Kunden in schwachen Momenten (die definitiv kommen werden) unterstützen. Falls es deinen Kunden hilft und sie motiviert, können sie auch eine Wette eingehen. Der Wert kann symbolisch sein – es geht um den Ansporn, gewinnen zu wollen.

*„Wir sind, was wir wiederholt tun. Daher ist Exzellenz kein einmaliger Akt, sondern eine Gewohnheit.“ (Aristoteles)*

**Fazit.** Diese sieben Grundregeln für ein zielstrebiges Verhalten, für ein erfolgreiches Abnehmen oder Training sind vereinbar mit beliebigen Diäten und Trainingsprogrammen. Es wird auch in den kommenden Jahren zahlreiche neue Trends geben, einige neue Erkenntnisse und viele bekannte Fakten in einem neuen Gewand. Ich bin jedoch überzeugt davon, dass sich an diesen Grundregeln so schnell nichts ändern wird.



### Praxistipps

- Hilf deinen Kunden, ihre Ernährung zeitlich und inhaltlich zu strukturieren.
- Empfiehl deinen Kunden ein Ernährungsprotokoll.
- Unterstütze deine Kunden durch individuelles Coaching.
- Nutze Bilder, um deine Kunden beim Erreichen ihrer Ziele zu unterstützen.
- Deine Kunden sollen sich vorstellen, sie hätten ihr Ziel schon erreicht.
- Setze adäquate Messverfahren ein.
- Motiviere deine Kunden, ihr Umfeld einzubeziehen.

Familie, Freunde und Kollegen sollten einbezogen werden

Empfehle deinen Kunden, die Perspektive zu wechseln

Miss mit deinen Kunden die richtigen Parameter