

# Fitness for Kids: Spielerisch einen gesunden Lebensstil vermitteln

*Im Durchschnitt ist in der Schweiz jedes 5. Kind übergewichtig. Ursache dafür ist die falsche Ernährung in Kombination mit zu wenig Bewegung. Hier setzt Fitness for Kids an: Professionelle Instrukturen besuchen Primarschulen in der gesamten deutschsprachigen Schweiz und vermitteln den Kindern auf spielerische Art die Bedeutung von regelmässiger Bewegung, gesunder Ernährung und respektvoller Lebenseinstellung. Fitness for Kids will mit Sponsoren und Partnern die Wichtigkeit der Themen Einstellung, Bewegung und Ernährung noch weiter verbreiten.*



von  
**Franziska Kläy**  
 Projektleiterin  
 Fitness for Kids  
 franziska@fitnessforkids.ch



**F**ür ihre Mission, Kindern spielerisch einen gesunden Lebensstil zu verinnerlichen, arbeitet Fitness for Kids bereits eng mit der Helvetia Versicherung und dem Detailhändler Lidl Schweiz zusammen. Für Sponsoren und Partner kann Fitness for Kids eine authentische Plattform zur Imageförderung sein und massgeblich in die Nachhaltigkeitsstrategie einfließen.

## Wie ist Fitness for Kids aufgebaut?

Das Programm Fitness for Kids wurde vor über acht Jahren vom weltweit anerkannten Gesundheits- und Fitness-Experten sowie sechsfachen «Mister World Fitness», Franco Carlotto, initiiert. Fitness for Kids ist ein Verein, der sich an Kinder von 6 bis 12 Jahren sowie deren Lehrer, Eltern und Umfeld richtet. Hierbei bietet Fitness for Kids den Schulen jeweils zwei kostenlose Events (Kick-off und Check-up), die Kindern spielerisch die Wichtigkeit von Ernährung und Bewegung näherbringen. Das Kick-off dient der Information und spielerischen Illustration der Werte. Der Check-up-Event dient der Nachhaltigkeit und dem Erfolgserlebnis bei Kindern. Ausgebildet und geleitet wird das Instrukturen-Team dabei von Curtis Burger.

Ein weiterer grundlegender Ansatz von Fitness for Kids ist die Zusammenarbeit mit namhaften Botschaftern, wie Ex-Miss Schweiz Anita Buri, Eishockeyspieler Eric Blum oder K1-Weltmeister Janosch Nietlispach, die das Programm mit viel Elan unterstützen. Weil das komplette Programm ohne Kosten für Schulen stattfindet, ist Fitness for Kids auf Sponsoren,



Taudsgfdgdsg sdgf sdg sdg dsdgd fgdgfdghxyvxyvcxvc

Partner und Förderer angewiesen, die die Werte Nachhaltigkeit, Bewegung und Ernährung gleichermassen teilen und Fitness for Kids als inspirierendes Engagement der Unternehmenspositionierung sehen.

## Was sind unsere Erfolge und Ambitionen?

Seit dem Jahr 2005 hat Fitness for Kids mit persönlichen Schulbesuchen über 50'000 Kids begeistern können. Gleichzeitig werden Erziehungsberechtigte mit der Fitness for Kids Botschaft und somit nachhaltig mit Ernährung und Bewegung in Verbindung gesetzt. Heute besucht Fitness for Kids jährlich 60 Schulen mit zirka 4500 Kindern und 200 Lehrpersonen.

Auch die gezielte Pressearbeit spielt hier eine wesentliche Rolle. So informieren jährlich gut 60 Beiträge in regionaler und natio-

naler Presse mit einer Reichweite von 15'000'000 Kontakten, eine Webpräsenz mit jährlich über 120'000 Kontakten und viele weitere Massnahmen wie Plakatkampagnen, Newsletter, Social Media oder Booklets über Fitness for Kids.

Darüber hinaus erreichen die Sponsoren und Partner auch die Erziehungsberechtigten, die indirekt miteingebunden werden. So kann heute die erfolgreiche Integration der Sponsoren und Partner nicht nur im Umfeld der Schulen gezeigt werden, sondern auch deren Integration in allen Kommunikationsmassnahmen. Beispielsweise in die Print- und Social-

zu machen. Das Engagement mündet schliesslich in einer gesellschaftlich höheren Relevanz der Werte Einstellung, Bewegung und Ernährung in der Öffentlichkeit. So konnte gezeigt werden, dass Fitness for Kids immer öfter im öffentlichen Diskurs verschiedener Medien zum Thema Bewegung und Ernährung von Kindern steht.

### Wie sind unsere Sponsoren und Partnern integriert?

Fitness for Kids gibt sich dem oft kontrovers diskutierten und aktuellen Thema, Bewegung unserer Generation von

oder Eric Blum die Werte von Fitness for Kids und somit auch die unserer Sponsoren.

Die Hauptsponsoren Helvetia Versicherung und Lidl Schweiz unterstützen die Idee, Kindern spielerisch in eine gesunde Zukunft zu begleiten. So findet nicht nur die umfassende Integration in die eigene Kommunikation statt. Weiter werden die Sponsoren authentisch auf T-Shirts und Turntaschen präsentiert, die jedes Kind bei den Besuchen erhält. Gleichzeitig bietet Fitness for Kids authentische Geschichten, die von Unternehmen und Marken nach aussen getragen werden können. Ein Beispiel ist, dass die Parkplatzgebühren von Lidl, spenden für Fitness for Kids sind.

Ein weiteres Beispiel ist der «Fitness for Kids Fittest School Award». Dessen Gewinner werden von Helvetia zu einem Besuch an ein Weltcup-Skirennen eingeladen. Gleichzeitig kann das Projekt auch die Nachhaltigkeits-Strategie (Corporate Social Responsibility) unterstützen. Hierfür erarbeitet Fitness for Kids mit künftigen Sponsoren und Partnern individuelle Massnahmen, die authentisch in das Projekt integriert werden können. Die Präsenz einer Marke oder Produkts vor Ort wird individuell abgesprochen und angepasst.

### Potenzielle Sponsoren und Partner

Fitness for Kids wendet sich an Unternehmen, welche die Werte und Ambitionen einer gesunden Generation von Morgen teilen. Die persönlichen Schulbesuche, die umfassende Medienarbeit sowie die tatkräftige Unterstützung unserer Botschafter machen Fitness for Kids zu einer attraktiven Plattform. Insgesamt hat sich Fitness for Kids in den letzten Jahren stetig und erfolgreich weiter entwickelt. Dank der erfolgreichen Zusammenarbeit mit unseren Sponsoren und Partnern können wir ein immer grösseres Publikum erreichen.

#### Fitness for Kids

Strasse? Postfach?  
8000 Zürich  
Telefon 044 726 28 28  
info@fitnessforkids.ch  
www@fitnessforkids.ch



gd gsd gsdgfd sd gsdgfd g ssdg fsdgfd sdg s fs fd gffdsgfd fs gfs g dgdfgy. Bilder: zVg

Media-Kommunikation oder die Einladung zum jährlichen Get-together, wo sich Sponsoren, Partner, Botschafter sowie das Fitness for Kids Team austauschen können. Durch gezielte Pressarbeit wird authentisches Storytelling betrieben, um Sponsoren und Partner in Zusammenhang mit Fitness for Kids zu präsentieren.

Fitness for Kids gibt sich jedes Jahr aufs Neue den Ansporn mit dem spielerischen Programmen Kinder zu schulen, zu motivieren und zu inspirieren. Somit resultiert die Ambition auf den drei Säulen Einstellung, Bewegung und Ernährung. Dies nicht nur um Kinder aufzuklären; weiter verfolgt Fitness for Kids die Ambition, Lehrpersonen und Eltern gleichermassen auf die zentrale Rolle unserer drei Säulen aufmerksam

Morgen hin. Sponsoren und Partner können sich so mit Fitness for Kids in zwei wesentlichen Aspekten langfristig am Markt behaupten.

Erstens: Fitness for Kids strebt einen fitten und gesunden Lebensstil bei Kindern an. Mit einem gesunden Snack, einem Mineralwasser, einer Apfelschorle sowie Äpfeln in den Pausen des Programms stärkt Fitness for Kids zusammen mit dem Partner Ramseier und DarVida die Energie von Kindern.

Zweitens: Image und Reputation: Unternehmen und Marken werden durch Fitness for Kids mit den Werten Ernährung, Bewegung und Nachhaltigkeit weitreichend verknüpft. Über 20 Botschafter aus Medien und Sport sind hierbei für Fitness for Kids unterwegs. So teilen Botschafter wie Anita Buri