

# Fit for the Future?

Wie Indien Sozialmarketing für Gesundheit nutzt

Arno Dohmen

Mit dem *Fit India Movement* (FIM) initiierte das südasiatische Land 2019 eine der ambitioniertesten Gesundheitskampagnen der Welt. Premierminister Narendra Modi appellierte an die Nation, körperliche Bewegung zum festen Bestandteil des Alltags zu machen. Seither ist Sport nicht nur Freizeit, sondern Teil eines nationalen Selbstverständnisses.<sup>1</sup> Der genaue Blick auf das FIM zeigt, wie politische Symbolik, soziale Mobilisierung und Prävention ineinandergreifen.

Das FIM wurde 2019 unter Premierminister Narendra Modi vom *Ministry of Youth Affairs and Sports* gestartet, um Bewegung als festen Bestandteil des Alltags zu verankern und Krankheiten wie Diabetes oder Herzleiden vorzubeugen. Nach den Empfehlungen der WHO sollen sich Erwachsene täglich 30 bis 60 Minuten, Kinder rund eine Stunde bewegen. Online bietet die Kampagne Trainingspläne, Yogaübungen und eine „*Fit India Certification*“. Getragen wird sie von der *Sports Authority of India*, dem Nachwuchsförderprogramm *Khelo India* und dem *Target Olympic Podium Scheme*, das Spitzensportler/innen auf internationale Wettbewerbe vorbereitet. Auch Universitäten wie *Banast-*

*hali Vidyapith* binden das Programm in ihre Lehre ein. Zugleich versteht das FIM Sport als Mittel des Empowerments von Frauen, deren Bewegungsfreiheit oft eingeschränkt ist.<sup>2</sup>

## Symbolisch stark, institutionell schwach

Trotz ihrer Reichweite bleibt die Kampagne nicht ohne Schwächen. Kritik betrifft fehlende medizinische Vorabfragen, standardisierte Erhebungen und pauschalisierte Programme gegen Bewegungsmangel. Für ältere Menschen existieren zudem keine speziellen Leitlinien. Satyajit Mohanty und Epari Venkatarao<sup>3</sup> sehen im FIM eher eine Sammlung von Empfehlungen als eine verbindliche nationale Strategie. Ein *National Physical Activity Plan* mit klaren Zuständigkeiten fehlt. Die Bewegung hat zwar symbolische Wirkung, bleibt institutionell jedoch schwach. Studien verweisen sogar im Gegenteil auf eine allgemein abnehmende Bewegungsmotivation, sowie auf kulturelle und infrastrukturelle Barrieren für Frauen. Auch Unterfinanzierung und man-

gelnde Governance-Strukturen bremsen die Umsetzung.

## Reformbedarf und neue Impulse

Gefordert werden strukturelle Reformen, um das FIM wirksamer zu machen. Forschende regen ein Expert(inn)engremium mit einheitlichen Leitlinien und Messstandards an, oder fordern die stärkere Verankerung körperlicher Aktivität im Gesundheitssystem nach dem Vorbild von *Exercise is Medicine*<sup>4</sup>. Plädiert wird für interdisziplinäre Ansätze, die psychologische, soziale und ökologische Aspekte einbeziehen. Gewünscht wird sowohl eine bessere Gleichstellung, als auch kulturelle Sensibilität. Weitere Vorschläge umfassen die Verbindung von Fitness und Yoga.

## Diskurs und Deutung

Trotz ihrer gesellschaftlichen und politischen Relevanz ist die Forschung zum FIM fragmentiert. Viele Studien erscheinen in regionalen Journalen oder als kleinere Fallanalysen mit begrenzter empirischer Tiefe.<sup>5</sup> Die hier vorgestellte sprachwissenschaftliche Diskursanalyse eröffnet einen ergänzenden Zugang. Sie zeigt, wie die Kampagne gesellschaftlich gerahmt und medial vermittelt wird. Grundlage der Analyse bilden zehn eng-



Premierminister Narendra Modi startet die *Fit-India*-Bewegung am 29.08.2019 in Neu-Delhi.

Bild © Hindustan Times

lischsprachige Presseartikel aus den großen nationalen Tageszeitungen im Zeitraum von 2019 bis 2025.

## Schlüsselbegriffe des Diskurses

Mit Hilfe des Online-Tools *Wordit-out*<sup>6</sup> wurden die fünfzig häufigsten Begriffe im erhobenen Datenmaterial identifiziert. Die Wortfrequenzen verdeutlichen eine semantische Konzentration auf nationale und politische Bezüge (*India, Prime Minister Modi, national*) sowie auf gesundheits- und aktivitätsorientierte Begriffe (*fitness, activity, health, cycling*). Dies spricht dafür, dass das FIM in der Presse sowohl als politisches Vorhaben als auch als Gesundheitsinitiative gerahmt wird. Auffällig ist zudem die Häufigkeit von Begriffen wie *women, diabetes* und *healthy*, die auf einen präventiv-medizinischen und geschlechterbezogenen Gesundheitsdiskurs hinweisen.

Insgesamt dominiert ein affirmativer Tenor – das FIM wird als äußerst positiv und gesellschaftlich relevant dargestellt. Nur vereinzelt, etwa in der *Hindustan Times* oder *The Telegraph*, finden sich kritische Töne zu Infrastrukturmängeln oder fehlenden Wirkungsmessungen.

Die Argumentation zugunsten der Bewegung folgt drei Linien: gesundheitspolitisch, weil Bewegungsmangel Kosten für Gesellschaft und Gesundheitssystem verursacht; gesellschaftlich, da Sport als Mittel nationaler Einheit und Disziplin gilt; und ökologisch, weil etwa Radfahren als moderne, nachhaltige Praxis propagiert wird. So erscheint das FIM zugleich als Gesundheits- und Entwicklungsprojekt.

Die Berichterstattung von *The Telegraph* legt den Fokus vor allem auf den *Fit India Cycling Drive* und die Eventreihe *Sundays on Cycle*. Hier wird Radfahren als umweltfreundliche und gemeinschaftsfördernde Aktivität präsentiert, die Gesundheit und

Nachhaltigkeit verbindet. Die *Hindustan Times* konzentriert sich auf Premierminister Modi als Symbolfigur der Bewegung und verwebt Gesundheit mit nationaler Identität. *The Times of India* stellt lokale Initiativen und Programme für Senior(inn)en in den Mittelpunkt, während *Business Standard* die Kampagne eher als Teil einer übergeordneten Entwicklungsvision interpretiert.



Fit@50+ Women's Trans-Himalayan Expedition

Bild © The Telegraph

## Gesichter und Narrative der Kampagne

Als zentrale Figuren fungieren vor allem Premierminister Modi, aber auch Sportminister Mandaviya, flankiert von der *Sports Authority of India*, der *Cycling Federation of India* und Bildungsinstitutionen. Zahlreiche prominente nationale Sportler(innen) unterstützen die Initiative als Botschafter/-innen. Regionale Behörden, etwa das *Chandigarh Sports Department*, sowie wirtschaftliche Akteure wie die *Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry* erweitern den institutionellen Rahmen.

*The Telegraph* zeigt Menschengruppen auf Fahrrädern und inszeniert damit kollektive Beteiligung. Im Beitrag über die *Transhimalaya-Expedition* älterer Frauen erschienen vier Fotos, die die Teilnehmerinnen prominent und emotional präsentieren – teils gemeinsam mit Ange-

hörigen der Armee und Präsidentin Droupadi Murmu.

Abbildungen im Kontext der *Sundays on Cycle* zeigen außerdem, die Körper zweier stark übergewichtiger Personen und verdeutlichen so den Kontrast zu einer gesunden Lebensweise. Die Bildsprache der *Hindustan Times* positioniert Narendra Modi als symbolische Leitfigur der Bewegung. Ein

weiterer Artikel dieser Zeitung illustriert ausschließlich sporttreibende Frauen.

Die *Times of India* bildet eine Gruppe radfahrender Männer ab. Ein anderer Beitrag zeigt eine Fotografie des *Open Hand Monument* in Chandigarh, das sich als Wahrzeichen für Of-

fenheit und Fortschritt interpretieren lässt. Der untersuchte Artikel des *Business Standard* wiederum verzichtet auf die Verwendung von Grafiken.

## Zwischen Nationalstolz und Gesundheitsideal

Auffällig ist die starke Personalisierung der Kampagne um Premierminister Narendra Modi. Modi erscheint als Initiator und Symbolfigur. Bilder zeigen ihn meist im Zentrum – flankiert von weiteren Gruppen, die kollektive Disziplin und nationale Stärke verkörpern. So entsteht ein Narrativ, das politische Führung, Fitness und Modernisierung miteinander verbindet. Das FIM wird so zum politisch aufgeladenen Gesundheitsdiskurs, in dem Bewegung als Ausdruck von Loyalität und Fortschritt gilt.

Begriffe wie *women* und *diabetes* wiederum deuten darauf hin, dass gesundheitliche Themen zunehmend in einem sozialpolitischen und inklusiven Rahmen verhandelt werden, der individuelle Prävention mit gesellschaftlicher Verantwortung verbindet.



Sporttreibende Frauen, abgebildet in der *Hindustan Times*

Bild © Hindustan Times

Gerade die besondere Rolle von Frauen in der Berichterstattung ist hier bemerkenswert. Zwar wirbt die Kampagne geschlechtsneutral, doch Medien stellen Frauen explizit als zu aktivierende Zielgruppe dar – etwa bei der *Fit@50+ Women's Trans-Himalayan Expedition* oder bei Betonung der mangelnden sportlichen Betätigung von Frauen. In einem von patriarchalen Strukturen geprägten Umfeld signalisiert das zwar teils eine gesellschaftliche Öffnung, es bleibt jedoch symbolisch aufgeladen: Individualisierte Erfolgsgeschichten überdecken strukturelle Barrieren wie Armut, Sicherheit oder Infrastruktur. Die Sorge um die „Gesundheit der Frauen“ wird so Teil des nationalen Modernisierungsnarrativs, weniger Ausdruck echter Gleichstellung.

## Unterm Strich

Insgesamt zeigt sich das FIM als moralisierende Gesundheitskampagne, die körperliche Aktivität zur Bürger(innen)pflicht erhebt. Der Diskurs bleibt *top-down* geprägt: Regierung, Armee und Prominente dominieren, während zivilgesellschaftliche oder wissenschaftliche Stimmen weitgehend fehlen. Bewegung wird so zum Symbol nationaler Stärke, sozialer Ordnung und moralischer Integrität.

Das FIM steht exemplarisch für den Versuch, Gesundheitsförderung als nationale Aufgabe zu etablieren. Seine Wirkung beruht vor allem auf Symbolkraft und medialer Inszenierung. Langfristig wird der Erfolg des FIM sicherlich davon abhängen, ob es gelingt, die Initiative evidenzbasiert, partizipativ und inklusiv zu gestalten – damit Gesundheit nicht nur moralisches Ideal, sondern gelebter menschlicher Anspruch wird.

## Zum Autor



Dr. Arno Dohmen ist Mitglied im Vorstand des Südasienbüro e.V.

## Texthinweise

- 1) Fit India Cycling Drive takes off – Over 1,400 riders join nationwide green fitness initiative. *The Telegraph*, 18.12.2024.
- 2) Archery icons Mangal Singh Champia, Rahul Banerjee lead nationwide 'Fit India Sundays on Cycle', *The Telegraph*. 13.1.2025.
- 3) Fit@50+ Women's Trans-Himalayan Expedition: A journey of strength, adventure and resilience. *The Telegraph*, 10.4.2025.
- 4) 'Sundays on Cycle': Health conscious move by Sports Ministry to fight back obesity. *The Telegraph*, 27.4.2025.
- 5) PM Modi launches Fit India drive to make people exercise more. *Hindustan Times*, 30.8.2019.
- 6) From Boardroom to Bollywood, fitness is key: PM launches Fit India movement. *Hindustan Times*, 22.6.2020.
- 7) Fit India Movement: In India, women are

far less active than men, says study. *Hindustan Times*, 22.6.2020.

8) Cyclothon promotes fitness. *The Times of India* 8.9.2025.

9) Chandigarh launches Rs 999 annual fitness plan for senior citizens. *The Times of India*, 21.9.2025.

10) PM launches 'Fit India Movement', says it will lead country towards healthy future. *Business Standard*, 29.8.2019.

## Endnoten

- <sup>1</sup> Vergleiche etwa Abbas, Azhar; Tiwari, Usha: Contribution of Banasthali Vidyapith in fit India movement: A step towards healthy India. *International Journal of Physiology, Nutrition and Physical Education*, 9(1), 2024, 242–246. Chawre, Rakesh: Importance of Games and Sports in Society and Youth: India. *Integrated Journal for Research in Arts and Humanities*, 5(3), 2025, 328–332. Lakshminarasappa, G.; Amarnath K. K.: Effectiveness of Fit India Fitness Protocol on Cardiovascular Endurance Among Law Students. *International Journal for Multidisciplinary Research (IJFMR)*, 7(2), 2025 1–9.
- <sup>2</sup> Vergleich etwa Clarke, Joanne; Mondal, Sartak: Sport policy in India. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 14(4), 2022, 729–741. Rashid, Manzoor ul.: Empowering Females through Fit India Movement Program. *International Journal of Advanced Research (IJAR)*, 9 (Jan), 2021, 699–704. Naik, Ashish: A Comparative study of Self-esteem among Male and Female students from Fit India Movement organised by Savitribai Phule Pune University. *International Journal of Research Pedagogy and Technology in Education and Movement Sciences*, 11(3), 2022, 3–6.
- <sup>3</sup> Mohanty, Satyajit; Venkatarao, Epari: Letter to the Editor. Can 'Fit India movement' help meeting the target of reducing physical inactivity in India? *Diabetes & Metabolic Syndrome: Clinical Research & Reviews* (Elsevier), 14, 2020, 1955–1956.
- <sup>4</sup> Ein internationales Gesundheitsprogramm, das körperliche Aktivität als Bestandteil ärztlicher Prävention und Therapie versteht.
- <sup>5</sup> Siehe Endnoten 1–3, außerdem: Mohanty, Satyajit; Ganesh, Shankar G.: "Fit India Movement" promotes WHO's physical activity recommendations: Some issues to consider. *Indian Journal of Public Health*, 68, 2024, 460–461.
- <sup>6</sup> Mit Hilfe des Tools erstellt man eine *Wordcloud* und visualisiert Worthäufigkeiten.