

FIPLY

Daniel Bersenkovitsch, Andreas Denkmayr, Gerald Irsiegler

19. Februar 2016

Inhaltsverzeichnis

1	Fragments	3
1.1	Was sind Fragments?	3
1.2	Der Lifecycle	4
1.3	Fragment Transactions	4
1.4	Verwendung von Fragments	5
2	Datenanbindung	7
2.1	Verwendungszweck	7
2.2	Vorher	7
2.3	Nacher	8
2.4	Anwendung	9
2.4.1	In der .xml Datei	9
2.4.2	In der .java Klasse	11
2.4.3	Quellen:	12
3	Bundles	13
4	Permissions	14
5	Musik	15
5.1	Lokalisierung der Musikdateien	15
5.2	Verwalten von Playlists	16
5.3	Abspielen der Playlists.	18
5.4	MusicControls	20
6	NavigationDrawer	21

7	Commercialization	22
7.1	Donations	22
7.1.1	Flattr	22
7.1.2	PayPal	23
7.1.3	Zweite kostenpflichtige App	23
7.2	Freemium	24
7.2.1	Consumable Items	24
7.2.2	Non-Consumable Items	24
7.2.3	Subscriptions	24
7.3	Advertising	25
7.4	PaidVersion	26
7.4.1	Beschreibung	26
7.4.2	Vorteile	26
7.4.3	Nachteile	26
7.4.4	Preis	26
7.4.5	Google-Play-Store	26
7.5	Freemium	27
7.5.1	Beschreibung	27
7.5.2	Vorteile	27
7.5.3	Nachteile	27
7.6	SellApp	28
7.6.1	Beschreibung	28
7.6.2	Vorteile	28
7.6.3	Nachteile	28
7.6.4	Probleme/Schwierigkeiten	28
7.7	Promotion	29
7.7.1	Website	29
7.7.2	Social Media Reputation	30
7.7.3	Presse	31
7.7.4	Konteste	31
7.7.5	Persönliche Werbung	31
7.7.6	Reklame	32
7.7.7	In Appstore Optimierung (IAO)	32
7.7.8	Fazit	33
7.7.9	Quellen:	33
8	Der Trainingsplan	33
8.1	Vorwort	33
8.2	Was ist Was?	33
8.3	Phase 1: Allgemein	35
8.4	Phase 2: Kraftausdauer (Gesundheit)	36

8.5	Phase 2: Muskelaufbau	
	Phase 3: Kraftausdauer	37
8.6	Phase 2: Maximalkraft	
	Phase 3: Muskelaufbau	38
8.7	Phase 3: Maximalkraft	39
8.8	Visualisierung	39
8.9	Mobilisation	40

1 Fragments

1.1 Was sind Fragments?

Ein Fragment stellt einen Teil der Benutzeroberfläche einer Activity zur Verfügung, dabei kann man mehrere Fragments in einer Activity verwenden und diese zur Laufzeit austauschen. Da Fragments in mehreren Activities wiederverwendet werden können, müssen Ansichten wie Detailviews oder Listen nur einmal programmiert werden und können überall eingesetzt werden. Fragments werden ab Android 3.0 (API level 11) zur Verfügung gestellt.

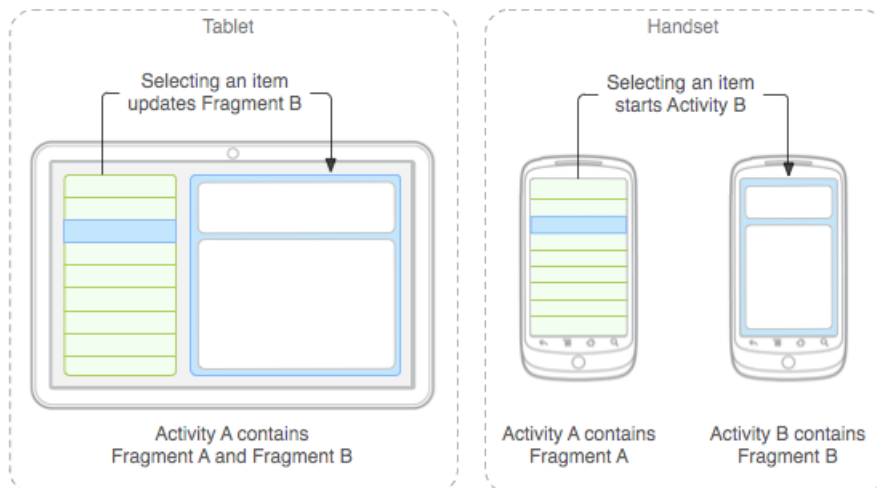


Abbildung 1: Beispiel man kann mithilfe von Fragments Views erstellen, die sowohl auf einem Tablet als auch auf einem Handy ein optimales Benutzerinterface anbieten

[adFragments] [adFragmentsGuide]

1.2 Der Lifecycle

Ein Fragment ist immer eingebunden in eine Activity und ist direkt vom Lifecycle der übergeordneten Activity abhängig. Wird die übergeordnete Activity pausiert oder zerstört werden auch alle untergeordneten Fragments pausiert oder zerstört. Das Aufbauen der Benutzeransicht erfolgt in der `onCreateView()` Methode.

In einem Fragment:

```
1 @Override
2 public View onCreateView(LayoutInflater inflater , ViewGroup
   container , Bundle savedInstanceState) {
3     super.onCreate(savedInstanceState);
4     return inflater.inflate(R.layout.example_fragment ,
   container , false);
5 }
```

1.3 Fragment Transactions

Mittels Transaktionen lassen sich Fragments hinzufügen, entfernen oder ersetzen. Es werden mehrere dieser Aktionen hintereinander abgesetzt und zusammen nach einem `commit()` ausgeführt. Ein Fragment kann mittels `addToBackStack()` auch zum BackStack hinzugefügt werden um dadurch, ähnlich wie bei Activities, Navigation mit dem BackButton zu ermöglichen. Dabei ist zu beachten, dass alle Aktionen vor einem `commit()` gemeinsam auf den BackStack gelegt werden und bei drücken des BackButtons alle gemeinsam aufgehoben werden. Wird `addToBackStack()` nicht aufgerufen, wird ein Fragment beim Schließen oder beim Wechseln auf ein anderes Fragment zerstört und kann nicht mehr aufgerufen werden.

```
1 FragmentManager fragmentManager = getFragmentManager();
2 FragmentTransaction fragmentTransaction = fragmentManager
   .beginTransaction();
3 fragmentTransaction.addToBackStack(null);
4 fragmentTransaction.replace(R.id.fraPlace , fragment);
5 fragmentTransaction.commit();
```

1.4 Verwendung von Fragments

In dieser Arbeit werden Fragments verwendet, um die Benutzeransichten, ausgenommen des NavigationDrawers, anzuzeigen. Dabei wird ein FrameLayout im Layoutfile der MainActivity durch ein Fragment mittels der `displayView()` Methode ersetzt. Navigation durch diese Fragments wird mittels den Buttons im MFragment oder dem NavigationDrawer ermöglicht.

MainActivity.java und MFragment.java:

```
1 private void displayView(Fragment fragment) {
2     FragmentManager fragmentManager = getFragmentManager();
3     FragmentTransaction fragmentTransaction = fragmentManager
        .beginTransaction();
4     fragmentTransaction.addToBackStack(null);
5     fragmentTransaction.replace(R.id.fraPlace, fragment);
6     fragmentTransaction.commit();
7 }
```

activity_main.xml:

```
1 <FrameLayout
2     android:id="@+id/fraPlace"
3     android:layout_width="match_parent"
4     android:layout_height="match_parent" />
```

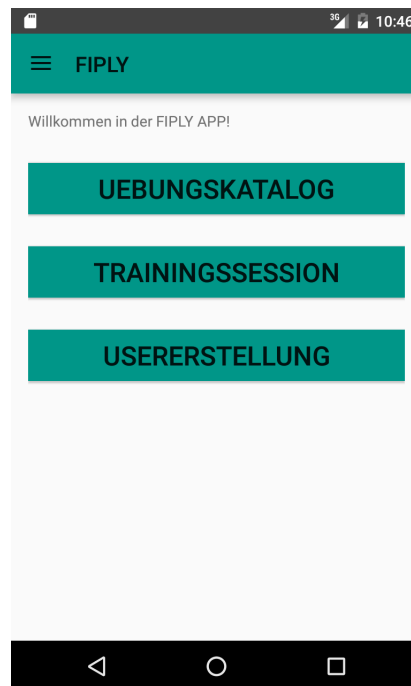
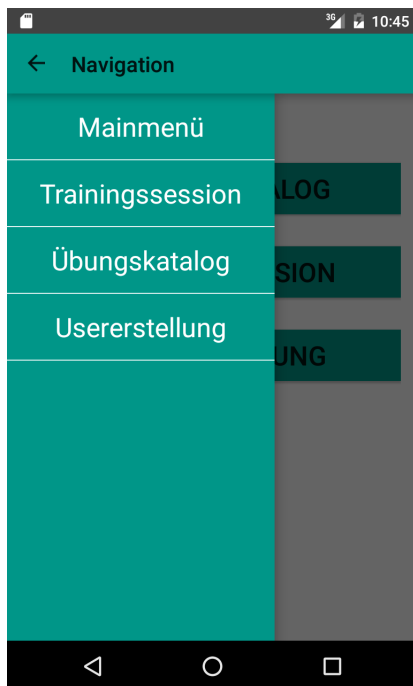


Abbildung 2: Bild des NavigationDrawers und des FMains

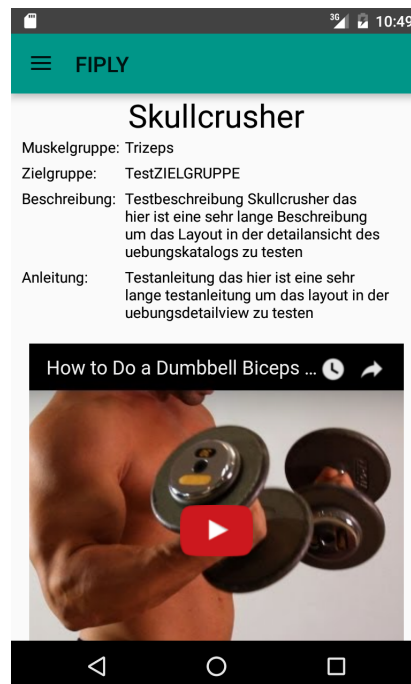
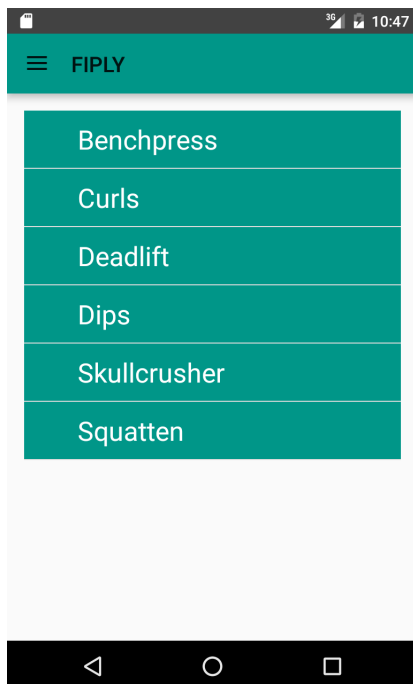


Abbildung 3: Bei Klicken eines Elements in der ListView wird die zugehörige DetailView aufgerufen

2 Datenanbindung

Als Datenbindung (engl. Data Binding) bezeichnet man die automatische Weitergabe von Daten zwischen Objekten. Typischerweise werden Daten aus einem Datenobjekt an ein Steuerelement der Benutzeroberfläche weitergegeben. Aber auch zwischen Steuerelementen ist Datenbindung in einigen Frameworks möglich.¹

Beim Anzeigen von Daten in einer Listenansicht beispielsweise muss man das Steuerungselement nach jeder Veränderung der Daten aktualisieren. Wenn man aber die Technologie der Datenanbindung verwendet, braucht man nur die Objektliste an das Steuerungselement mit einem einfachen Zuweisungsbefehl anbinden. Dadurch erneuert sich die Listenansicht der Daten jedes Mal automatisch, sobald sich die Objektliste auch verändert.

2.1 Verwendungszweck

In erster Linie werden dem Programmierer dadurch viele Zeilen Code erspart. Datenanbindung trennt einen großen Teil des UI codes von den Aktivitäten und Fragmenten, wodurch eine bessere Übersicht über das Projekt verschafft wird. Zusätzlich, dadurch, dass die XML-Layoutdatei direkt auf die gebundenen Objekte und ihre Attribute zugreift, erspart man sich umständliche findViewById Codierungen, die sehr performancelastig sind.²

2.2 Vorher

Hier auf der untenigen Grafik sehen wir eine Android XML-Layoutdatei mit dem Code in der zugehörigen Aktivität ohne Datenanbindung. Wir sehen ein LinearLayout mit zwei enthaltenen TextViews. Diesen wird in der Aktivität den Vornamen und den Nachnamen eines Employee Models zugewiesen. Ein Problem ist es, jedes Element eine ID zuweisen zu müssen. Wenn man jetzt mehrere Views mit unterschiedlichen Layout XML-Dateien und gleichnamigen IDs hat und man später die Refactor-Funktion verwenden will, benennt man alle neu, ohne das man es will. Man muss sich für jedes Element eine Unterschiedliche ID einfallen lassen, obwohl manche die selbe Funktion haben. Dadurch entstehen lange und unübersichtliche ID-Namen, die man sich

¹<https://www.it-visions.de/>

²"Droidcon NYC 2015 - Data Binding Techniques"
<https://www.youtube.com/watch?v=WdUbXWztKNY>

nicht merken kann. Das Problem ist: Es muss immer darauf geachtet werden, keine doppelten IDs zu vergeben.

```
<LinearLayout
    android:orientation="vertical"
    android:layout_width="match_parent"
    android:layout_height="match_parent">
    <TextView
        android:id="@+id/first_name"
        android:layout_width="wrap_content"
        android:layout_height="wrap_content"
        tools:text="Bob"/>
    <TextView
        android:id="@+id/last_name"
        android:layout_width="wrap_content"
        android:layout_height="wrap_content"
        tools:text="Smith"/>
</LinearLayout>

public class OldWayActivity extends AppCompatActivity {
    private static final Employee employee =
        Employee.newInstance("Bob", "Smith");

    @Override
    protected void onCreate(Bundle savedInstanceState) {
        super.onCreate(savedInstanceState);
        setContentView(R.layout.activity_oldway);
        TextView firstNameView =
            (TextView) findViewById(R.id.first_name);
        TextView lastNameView =
            (TextView) findViewById(R.id.last_name);
        firstNameView.setText(employee.firstName());
        lastNameView.setText(employee.lastName());
    }
}
```

Abbildung 4: Screenshot des Codes wie er ohne Datenanbindung aussieht

Ein weitere Umständlichkeit ist es, für jedes Element ein `findViewById`-casting vornehmen zu müssen, wie wir es im Aktivitätscode vorfinden. Dieses Zugriffsverfahren ist, wie bereits oben erwähnt, unnötig performancelastig und kann vermieden werden.

2.3 Nacher

```
<layout>
    <data>
        <variable
            name="employee"
            type="me.tabak.databinding.model.Employee"/>
        </data>
    <LinearLayout
        android:orientation="vertical"
        android:layout_width="match_parent"
        android:layout_height="match_parent">
        <TextView
            android:layout_width="wrap_content"
            android:layout_height="wrap_content"
            android:text="@{employee.firstName}"/>
        <TextView
            android:layout_width="wrap_content"
            android:layout_height="wrap_content"
            android:text="@{employee.lastName}"/>
    </LinearLayout>
</layout>

public class BindingActivity extends AppCompatActivity {
    private static final Employee employee =
        Employee.newInstance("Bob", "Smith");

    @Override
    protected void onCreate(Bundle savedInstanceState) {
        super.onCreate(savedInstanceState);
        EmployeeItemBinding binding = DataBindingUtil
            .setContentView(this, R.layout.employee_item);
        binding.setEmployee(employee);
    }
}
```

Abbildung 5: Screenshot des Codes wie er mit Datenanbindung aussieht.

Auf dieser Grafik sehen wir nun eine Android XML-Layoutdatei mit dem Code in der zugehörigen Aktivität mit der Verwendung von Datenanbindung. Der Unterschied ist, sich keine einzelnen IDs für jedes vorkommende Element mehr ausdenken zu müssen. Ein großer Vorteil ist es, keine `findViewById` aufrufe mehr machen zu müssen. Man übergibt nur noch das zu bindende Objekt, an dessen Attribute sich die in der Layoutdatei befindenen Elemente orientieren. Ein weitere Pluspunkt: Man erkennt sofort für was welches Steuerelement zuständig ist. Ein Programmierer der sich gerade in ein

Projekt einarbeitet erkennt sofort, dass bei der ersten TextView der Vorname eines Employeeobjektes angezeigt wird und bei der anderen der Nachname.³

2.4 Anwendung

Bei der Verwendung von Datenanbindung muss man darauf achten, eine aktuelle Gradle Version zu benutzen (min. 1.3). Zusätzlich muss man in der build.gradle (Module App) Datei innerhalb des android{}-Bereichs dataBinding auf enabled=true (dataBinding{enabled=true}) setzen, um Datenanbindung möglich zu machen.

2.4.1 In der .xml Datei

Gehen wir davon aus, unsere .xml Datei besteht aus einem LinearLayout und zwei TextViews: Remo

Listing 1: Layoutcode ohne jegliche Datenanbindung.

```
1 <?xml version="1.0" encoding="utf-8"?>
2 <LinearLayout xmlns:android="http://schemas.android.com/apk/res
  /android"
3     android:orientation="vertical"
4     android:layout_width="match_parent"
5     android:layout_height="match_parent">
6     <TextView
7         android:id="@+id/vorname"
8         android:layout_width="wrap_content"
9         android:layout_height="wrap_content"
10        android:text="Max" />
11    <TextView
12        android:id="@+id/nachname"
13        android:layout_width="wrap_content"
14        android:layout_height="wrap_content"
15        android:text="Mustermann" />
16 </LinearLayout>
```

Nun, um Datenanbindung zu ermöglichen, brauchen wir eine Objektklasse auf die wir Referenzieren. In diesem Fall erstellen wir eine Klasse "User" mit den String-Attributen firstName und lastName. Die Klasse besteht weiters aus einem Konstruktorfeld mit den Attributen und jeweiliger getter-Felder:

Listing 2: Unsere Objektklasse die bei der Datenanbindung referenziert wird.

```
1 package com.example.daniel.showcasedatabinding;
2 public class User {
```

³"Droidcon NYC 2015 - Data Binding Techniques"
<https://www.youtube.com/watch?v=WdUbXWztKNY>

```

3     private final String firstName;
4     private final String lastName;
5
6     public User(String firstName, String lastName) {
7         this.firstName = firstName;
8         this.lastName = lastName;
9     }
10    public String getFirstName() {
11        return this.firstName;
12    }
13    public String getLastName() {
14        return this.lastName;
15    }
16 }

```

Haben wir diese erstellt, kann bei der Layoutdatei weitergemacht werden. Wir erstellen nun um unser Layout einen "layoutTag. Es folgt ein variable Tag innerhalb eines data Tags. Darin definieren wir eine Variable auf die man innerhalb der Elemente zugreifen kann.

Listing 3: Die XML Datei nach der Integration einer Datenanbindung.

```

1 <?xml version="1.0" encoding="utf-8"?>
2 <layout xmlns:android="http://schemas.android.com/apk/res/android"
3     >
4     <data>
5         <variable name="user" type="com.example.daniel.
6     showcasedatabinding.User"/>
7     </data>
8     <LinearLayout
9         android:orientation="vertical"
10        android:layout_width="match_parent"
11        android:layout_height="match_parent">
12
13        <TextView
14            android:layout_width="wrap_content"
15            android:layout_height="wrap_content"
16            android:text="@{user.firstName}" />
17
18        <TextView
19            android:layout_width="wrap_content"
20            android:layout_height="wrap_content"
21            android:text="@{user.lastName}" />
22    </LinearLayout>
23 </layout>

```

Jetzt können wir unsere ID-Vergabe bei den Elementen löschen und im Text-Tag auf die jeweiligen Attribute des Userobjekts verweisen.

2.4.2 In der .java Klasse

Die Datenanbindungstechnologie von Android generiert automatisch spezielle Bindingklasse all jener Layoutdateien die es verwenden. Der Name ergibt sich aus dem Namen der .xml Datei + "binding". Also wenn eine Layoutdatei activity_main.xml benannt ist, wird daraus die Klasse ActivityMainBinding generiert, die wir nun verwenden können:

Listing 4: Die Aktivitätenklasse nach der Integration einer Datenanbindung.

```
1 package com.example.daniel.showcasedatabinding;
2
3 import android.databinding.DataBindingUtil;
4 import android.os.Bundle;
5 import android.support.v7.app.AppCompatActivity;
6
7 import com.example.daniel.showcasedatabinding.databinding.
    ActivityMainBinding;
8
9 public class MainActivity extends AppCompatActivity {
10
11     @Override
12     protected void onCreate(Bundle savedInstanceState) {
13         super.onCreate(savedInstanceState);
14
15         ActivityMainBinding binding = DataBindingUtil.setContentView(
16             this, R.layout.activity_main);
17         User user = new User("Max", "Mustermann");
18         binding.setUser(user);
19     }
20 }
```

Es wird eine Instanz der generierten Klasse erstellt, welche dann ein Objekt angebunden bekommt, dessen Attribute die Elemente bekommen. Jede Änderung der verwendeten Eigenschaften der erstellten Userinstanz bedeutet auch eine Änderung des Elements, automatisch. ⁴

⁴<http://developer.android.com/tools/data-binding/guide.html>

2.4.3 Quellen:

- <https://www.it-visions.de/>
- "Droidcon NYC 2015 - Data Binding Techniques"
<https://www.youtube.com/watch?v=WdUbXWztKNY>
- <http://developer.android.com/tools/data-binding/guide.html>

Andreas Denkmayr 25. Februar 2016

3 Bundles

TODO

Andreas Denkmayr 25. Februar 2016

4 Permissions

TODO

5 Musik

5.1 Lokalisierung der Musikdateien

Am Beginn der Arbeit wurde der Music-Ordner nach mp3-Files durchsucht.

Dabei wurde der Music-Ordner mit Hilfe eines `FileExtensionFilters` nach mp3-Dateien durchsucht.

```
1 File home = new File(Environment.getExternalStorageDirectory().
    getAbsolutePath() + "/Music");
2 songs = new ArrayList<>();
3 if (home.listFiles(new FileExtensionFilter()) != null) {
4     for (File file : home.listFiles(new FileExtensionFilter())) {
5         HashMap<String, String> hm = new HashMap<>();
6         hm.put("songTitle", file.getName());
7         hm.put("songPath", file.getPath());
8         songs.add(hm);
9     }
10 }
```

Im Laufe der Entwicklung stellte sich heraus, dass jeder Benutzer seine Musikdateien in einem anderen Ordner und in verschiedenen Dateiformaten abspeichert. Die Lösung für dieses Problem stellt der Android Mediastore dar. Über diesen können Abfragen nach verschiedenen Medientypen z.B.: Musik, Fotos oder Videos durchgeführt werden. Von diesen Medientypen können Name, Pfad, Dateigröße und vieles mehr ausgelesen werden.

Die Datenabfrage gegenüber dem Mediastore erfolgt über einen `ContentResolver` mit Hilfe der `query()`-Methode.

```
1 public final @Nullable Cursor query(@NonNull Uri uri, @Nullable
    String[] projection, @Nullable String selection, @Nullable
    String[] selectionArgs, @Nullable String sortOrder) {
2     return query(uri, projection, selection, selectionArgs,
        sortOrder, null);
3 }
```

Für den Musicplayer benötigen wir alle Audiodateien die Musik beinhalten.

```
1 ContentResolver cr = context(getApplicationContext().
    getContentResolver());
2 Uri uri = MediaStore.Audio.Media.EXTERNAL_CONTENT_URI;
```



```

3 String selection = MediaStore.Audio.Media.IS_MUSIC + "!= 0";
4 String sortOrder = MediaStore.Audio.Media.TITLE_KEY + " ASC";
5 Cursor cur = cr.query(uri, null, selection, null, sortOrder);

```

Für jede Zeile im Cursor `cur` wird eine `HashMap` aus 2 Strings erstellt die den Titel und den Pfad eines Songs beinhaltet. Diese `HashMaps` werden anschließend zu einer `ArrayList` hinzugefügt.

```

1 songs = new ArrayList<>();
2 HashMap<String, String> hm = new HashMap<>();
3 while (cur.moveToNext())
4 {
5     hm.put("songTitle", cur.getString(cur.getColumnIndex(MediaStore
        .Audio.Media.TITLE)));
6     hm.put("songPath", cur.getString(cur.getColumnIndex(MediaStore.
        Audio.Media.DATA)));
7     songs.add(hm);
8 }

```

5.2 Verwalten von Playlists

Im ersten Screenshot sieht man die Auswahl der erstellten Playlists, wobei die Playlist "All" nicht bearbeitet werden kann und alle eingelesenen Songs darstellt. Zusätzlich zu der "All"-Playlist kann der Benutzer eigene Playlists anlegen und diese auch bearbeiten.

Der All und der None Button helfen dem Benutzer schnell alle Songs zu markieren oder die Markierung aller Elemente aufzuheben.

Der Back Button führt zurück zur Playlistauswahl und verwirft alle nicht gespeicherten Änderungen an der aktuellen Playlist.

Wird der Save-Button gedrückt wird für alle Positionen abgespeichert ob das Element an der jeweiligen Position markiert ist. Dies erfolgt über ein `SparseBooleanArray`. Anschließend wird eine Liste erstellt in der nur die angekreuzten Elemente enthalten sind. Diese Liste wird als eine neue Playlist in die `PlaylistSongs`-Tabelle gespeichert. Dabei wird als Playlistname der eingetragene Titel in das `EditText` unter der `ListView` übernommen.

```

1 SparseBooleanArray checked = lvSongs.getCheckedItemPositions();
2 for (int i = 0; i < songs.size(); i++) {
3     if (checked.get(i)) {
4         checkedSongs.add(songs.get(i));

```

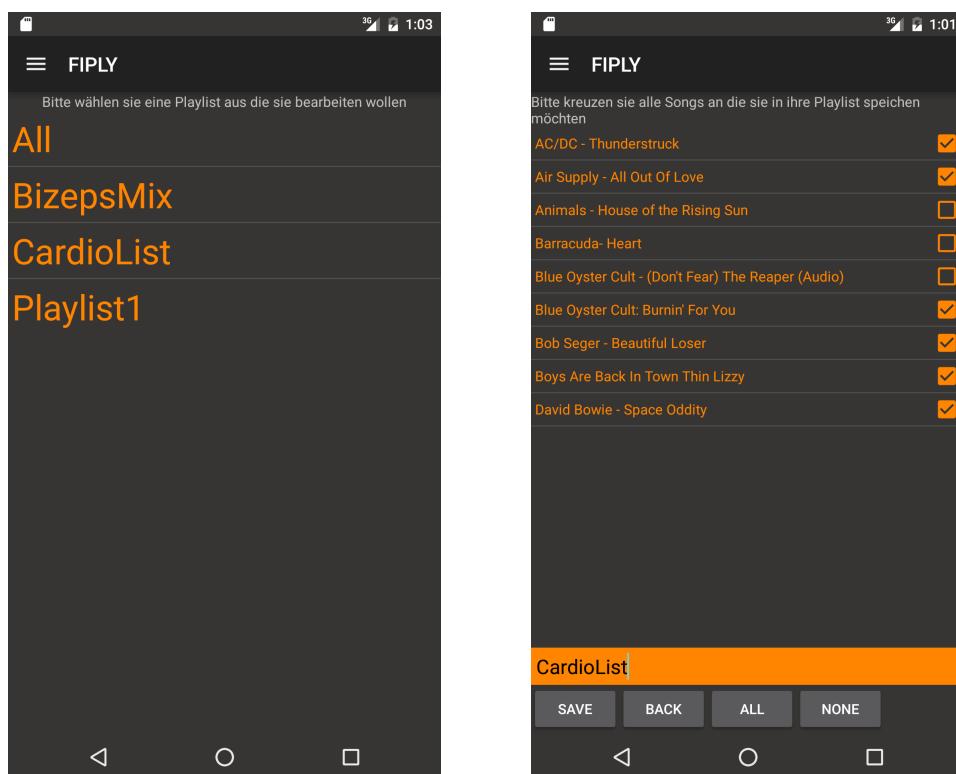


Abbildung 6: Bei klicken eines Elements in Screenshot 1 werden alle Songs angezeigt (Screenshot 2) und mittels der Checkbox sind alle Songs gekennzeichnet die sich in der ausgewählten Playlist befinden.

```

5     }
6 }
7 psrep.reenterPlaylist(etName.getText().toString(), checkedSongs);

```

5.3 Abspielen der Playlists.

[adMediaPlayer][bMediaPlayer][wMusicDroid][yMP3Player]

Das Abspielen der Songs erfolgt über den MediaPlayer (API level 1).

Das Wechseln eines Songs wurde mithilfe der changeSong-Methode realisiert.

Diese Methode nimmt die Playlist und den Index eines Songs in dieser Playlist entgegen, kümmert sich um das Setzen der Datenquelle für den MediaPlayer und bereitet den MediaPlayer auf die Wiedergabe vor. Zusätzlich wird der neue Songname angezeigt und die laufende Aktualisierung der Fortschrittsanzeigen wird durch den Aufruf von updateProgressBar() eingeschaltet.

```
1 public void changeSong(int songIndex, String playlist) {
2     aktPlaylist = playlist;
3     setPlaylist(psrep.getByPlaylistName(aktPlaylist));
4     setSongIndex(songIndex);
5     try {
6         mp.reset();
7         mp.setDataSource(getPlaylist().get(getSongIndex()).get("
songPath"));
8         mp.prepare();
9     } catch (IOException e) {
10        e.printStackTrace();
11    }
12    progressBar.setProgress(0);
13    updateProgressBar();
14    tvSongname.setText(getPlaylist().get(getSongIndex()).get("
songTitle"));
15    tvTotalDur.setText(millisecondsToHMS(mp.getDuration()));
16 }
17
18 private void updateProgressBar() {
19     mHandler.postDelayed(mUpdateDurTask, 100);
20 }
```

Der mUpdateDurTask aktualisiert die Fortschrittsanzeigen 10 mal pro Sekunde. Da mp.getDuration Millisekunden zurückliefert, konvertiert die millisecondsToHMS-Methode die Songdauer in einen Strign im hh:mm:ss Format (ISO 8601).

```
1 private Runnable mUpdateDurTask = new Runnable() {
2     @Override
3     public void run() {
4         long currentDur = mp.getCurrentPosition();
5         tvCurrentDur.setText(millisecondsToHMS(currentDur));
6         int progress = getProgressPercentage(currentDur, mp.
getDuration());
7         progressBar.setProgress(progress);
8         mHandler.postDelayed(this, 100);
9     }
10 };
```

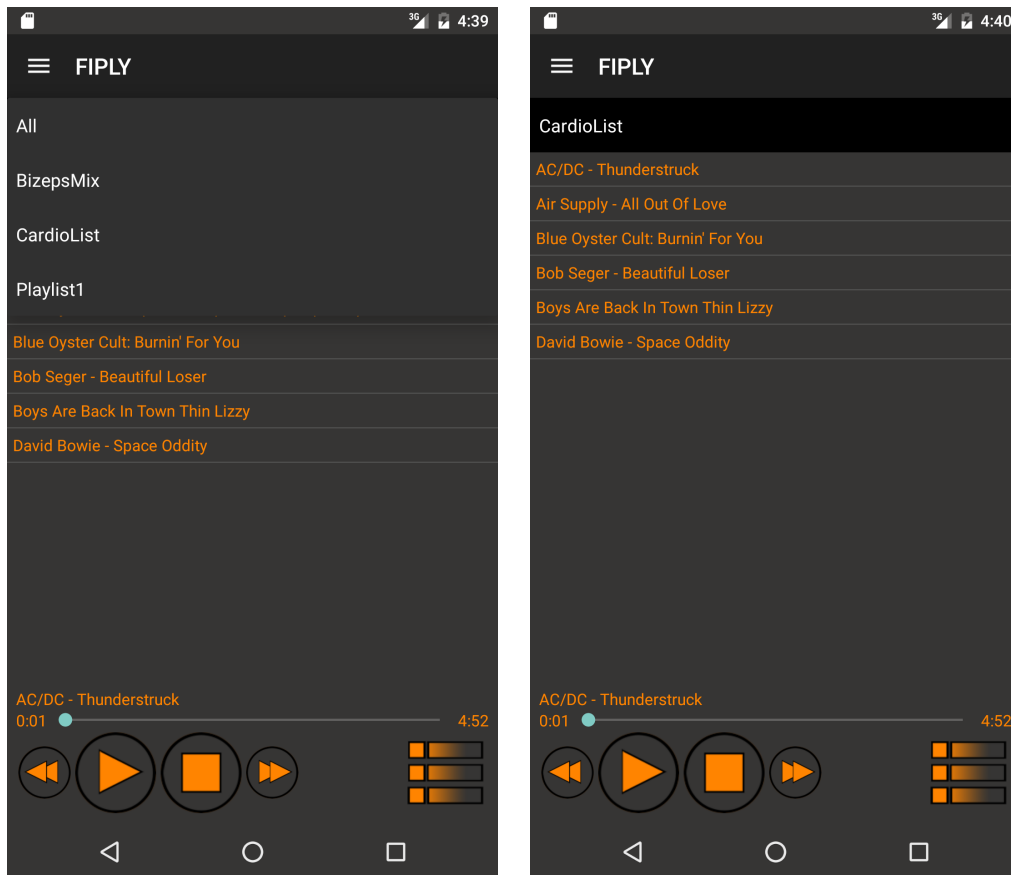


Abbildung 7: In einem Spinner kann eine Playlist ausgewählt werden. Bei Klick auf einen Song wird dieser abgespielt.

Während der Benutzer sich in einer Trainingsession befindet kann jederzeit die Musikkwiedergabe gestartet werden. Bei Klick auf den Play-Button wird die "All"-Playlist in alphabetisch aufsteigender Reihenfolge abgespielt. Die Playlist beziehungsweise der aktuell abgespielte Song kann geändert werden indem in den Musikmodus gewechselt wird. Im Musikmodus wird über den Spinner die Playlist gewechselt. In der aktuell ausgewählten Playlist kann man direkt zu einem bestimmten Song wechseln. Dieser wird abgespielt und nach Ende des Songs wird sofort der nächste Playlisteintrag gestartet.

5.4 MusicControls



Abbildung 8: Die MusicControls in Ruhe und während einer Wiedergabe.

- Durch den Zurück und durch den Weiter Button kann auf den vorherigen beziehungsweise auf den nächsten Song gewechselt werden.
- Der Play Button dient dem Starten der Musikwiedergabe. Während der Musikwiedergabe erscheint an dieser Stelle der Pause Button mit dem man die Musik pausieren kann.
- Der Stop Button beendet die aktuelle Wiedergabe und setzt den Wiedergabefortschritt auf den Beginn des Songs.
- Der Musikmodus Button befindet sich in der Ecke unten rechts. Dieser stellt den aktuellen Modus durch seine Einfärbung dar und ermöglicht einen Wechsel zwischen dem Übungsmodus und dem Musikmodus. Im Übungsmodus wird die aktuelle Übung und die Anweisungen zum Trainieren angezeigt. Der Musikmodus hingegen ermöglicht ein Wechseln der Playlist und den manuellen Wechsel auf einen bestimmten Song.
- Links von der Fortschrittsleiste wird der Fortschritt des aktuellen Songs im hh:mm:ss Format (ISO 8601) angezeigt.
- Die Fortschrittsleiste wird durch eine SeekBar über diesen Buttons implementiert. Diese SeekBar stellt den aktuellen Fortschritt des aktuellen Songs dar. Bei Klicken auf oder Ziehen an der Fortschrittsleiste kann man den Fortschritt der Wiedergabe manipulieren.
- Rechts von der Fortschrittsleiste wird die Gesamtdauer des Songs im hh:mm:ss Format (ISO 8601) angezeigt.
- Der Name des aktuellen Songs wird in einer TextView über den Fortschrittsanzeigen dargestellt.

Andreas Denkmayr 21. Februar 2016

6 NavigationDrawer

[bNavDrawer]

TODO

7 Commercialization

Andreas Denkmayr 25. Februar 2016

7.1 Donations

Donations stellen eine Möglichkeit dar den Entwicklern einer App Geld zu spenden um die Entwicklung der App oder anderen Apps zu unterstützen. Es gibt viele Möglichkeiten um Donations zu unterstützen.

Zu den populärsten Formen zählen Dienste wie PayPal, Flattr oder das erstellen einer kostenpflichtigen App die keine Funktionen beinhaltet und den selben Namen wie die Gratis App + einen Suffix wie z.B.: (Donation) trägt.

7.1.1 Flattr

When you're registered to flattr, you add money to your account and set a monthly budget. During the month you flattr creators by clicking the Flattr-button next to their content. At the end of the month, your monthly budget is divided between all the things you flattered and sent to the creators.

[flattr] flattr

Flattr can be used as a complement to accepting donations. Or to having advertising. Or to help getting donations you never get for your open source software, blog, music, film, game etc etc.

[flattr] flattr

Flattr eignet sich gut um Spenden durchzuführen, da dieses Vorgehensmodell Entwickler direkt unterstützt anstatt Geld für eine bestimmte Leistung entgegen zu nehmen.

7.1.2 PayPal

PayPal und deren Mobile Payment Libraries unterstützen die einfache Implementierung eines "Pay with Paypal"-Buttons über den Käufe mittels eines PayPal-Account durchgeführt werden können. Da wir unsere App aber in den Google Play Store stellen wollen stehen wir vor dem Problem, dass die Einbindung von Donations in Apps, die über den Play Store vertrieben werden, nur sehr vage in den Google Play-Programmrichtlinien für Entwickler beschreiben sind.

Käufe im Store: Entwickler, die Gebühren für Apps und Downloads bei Google Play erheben, müssen dies über das Zahlungssystem von Google Play tun.

[`gpDevContentPolicy`] `gpDevContentPolicy`

Here are some examples of products not currently supported by Google Play In-app Billing: [...] One time-payments, including peer-to-peer payments, online auctions, and donations

[`gpInAppBilling`] `gpInAppBilling`

7.1.3 Zweite kostenpflichtige App

Es besteht die Möglichkeit eine zweite App zu erstellen die selbst keine Funktionen beinhaltet und den selben Namen wie die Gratis App + einen Suffix wie z.B.: (Donation) trägt. In diesem Falle kann ein zufriedener Benutzer diese zweite App kaufen und so den Entwickler der Gratis App unterstützen.

7.2 Freemium

Freemium ist ein Konzept, das das verdienen von Geld über In-App-Käufe als primäre Einkommensquelle vorsieht. Diese In-App-Käufe erfolgen über den Google Play Store.

Dazu werden In-App-Products auf der Google Play Store Website angelegt. Diesen Items wird eine Id, ein Name, ein Preis und einer von 3 Itemtypen zugeteilt. [yFreemium] yFreemium

7.2.1 Consumable Items

Consumable Items sind Artikel die benutzt werden können und nachgekauft werden können. Beispiele für Consumable Items sind zum Beispiel Tankfüllungen in einem Spiel. Eine Tankfüllung kann nur ein einziges Mal und nur auf einem Gerät verwendet werden. Sollte man noch eine Tankfüllung brauchen muss man das Consumable Item noch einmal kaufen.

7.2.2 Non-Consumable Items

Non-Consumable Items sind Artikel die einmal gekauft werden und dem Benutzer erhalten bleiben. Ein Beispiel für ein Non-Consumable Item ist zum Beispiel eine Upgrade für ein Auto in einem Spiel. Dieses Upgrade bleibt erhalten und ist auch auf anderen Geräten verfügbar solange man mit dem selben Google Play Account eingeloggt ist.

7.2.3 Subscriptions

Bei Subscriptions wird regelmäßig eine Gebühr entrichtet. Diese verlängern sich automatisch und müssen manuell storniert werden falls man die dadurch bereitgestellten Services nicht mehr benötigt. Als Entwickler kann man definieren wie oft eine Gebühr entrichtet werden muss und kann auch eine kostenlose Probezeit zur Verfügung stellen. Ein Beispiel für eine Subscription ist ein Upgrade das unendlich viele Tankfüllungen in einem Spiel zur Verfügung stellt solange diese aktiv ist.

Andreas Denkmayr 25. Februar 2016

7.3 Advertising

7.4 PaidVersion

7.4.1 Beschreibung

Die App wird mit einem fixen Preis veröffentlicht bzw. verkauft. Der Kunde bezahlt ein mal und erhält unser Produkt, mit seinem gesamten Funktionsumfang, sofort. Alle zukünftigen Updates sind im Preisumfang enthalten.

7.4.2 Vorteile

- Ein klarer Vorteil bei einem fixen Preis ist, dass es die einfachste Methode der Vermarktung ist. Es ist die bekannteste und weit verbreiteste Methode ein Produkt zu vermarkten, dies ist dem Kunden natürlich auch vertrauter als andere Methoden.
- Weiters ist es die sicherste Methode der Vermarktung, sie garantiert Geld fast sofort, was wiederum für die Weiterentwicklung verwendet werden kann.
- Ein weiterer Vorteil ist der geringe Verwaltungsaufwand. Die App wird am Google-Play-Store vermarktet und kümmert sich um jegliche Details, wie z.B. Steuern.

7.4.3 Nachteile

- Ein Nachteil dieser Vermarktungsmethode ist, dass der Kunde in ein Produkt investiert, welches er vorher nie ausprobieren könnte. Dies könnte möglicherweise abschreckend wirken und potentielle Kunden abwimmeln.

7.4.4 Preis

Der Preis unseres Produkt wird anfänglich bei weniger als einem Euro liegen. Bei einer stetig wachsenden Benutzeranzahl wird der Preis auf einen bis zwei Euro erhöht werden. Dies ist jedoch das Maximum, da ein zu hoher Preis zu niedrigeren Verkaufszahlen führt.

7.4.5 Google-Play-Store

Um eine App in den Google-Play-Store hochzuladen und dort zu vermarkten ist ein Google-Developer Account nötig. Weiters muss die App der EULA von Google zur Vermarktung von Apps in ihrem Store entsprechen.

7.5 Freemium

7.5.1 Beschreibung

Es ist eine Basis (Free) Version gratis erhältlich, diese enthält nicht den gesamten Funktionsumfang. Um alle Funktionen freizuschalten ist eine Gebühr zu zahlen.

7.5.2 Vorteile

- Der Kunde kann sich bevor er Geld investiert einen ersten Eindruck verschaffen und muss die App nicht "blind"kaufen.
- Da es keine Einstiegs-Barriere gibt, erreicht die App mehr User und wird sich somit schneller verbreiten.

7.5.3 Nachteile

- Der Hauptteil aller Apps die dieses Modell wählen, verlieren im Laufe ihrer Lebenszeit Geld. Nur ein sehr kleiner Teil kann sich durchsetzen.
- Es gibt im Google-Play-Store etwa vier mal mehr gratis Apps, als bezahlte Apps und somit ist es schwerer sich am Markt durchzusetzen.

7.6 SellApp

7.6.1 Beschreibung

Nachdem die App eine größere Benutzerbasis hat, könnte es Interessenten zum Kauf des gesamten Projektes geben.

7.6.2 Vorteile

- Der Gesamtwert einer gut gepflegten App mit großer Userbasis liegt extrem hoch und diese Methode wäre eine der rentabelsten.
- Flexibilität bei der Weiterentwicklung, wir würden entscheiden können ob wir unser Produkt weiterentwickeln oder nicht. Bei Nichtbeteiligung wäre die Instandhaltung der App aus unseren Händen und das Projekt für uns abgeschlossen.

7.6.3 Nachteile

- Wenn entschieden wird die App mit der Firma, die unsere App erworben hat, weiter zu arbeiten, wäre unsere gestalterische Freiheit eingeschränkt und es wäre schwerer Visionen umzusetzen.

7.6.4 Probleme/Schwierigkeiten

Es werden einige Problem aufgeworfen beim Verkauf einer App an eine größere Firma. Die erste Hürde ist einen Käufer zu finden. Ohne eine große Userbasis wird das Interesse an unserem Produkt sehr niedrig sein, deshalb wird es eine Weile dauern bis uns diese Möglichkeit zur Verfügung steht. Weiters fehlt uns in dieser Hinsicht die Erfahrung, also müssten wir uns auf dritte Personen verlassen den Verkauf für uns abzuwickeln.

7.7 Promotion

Es gibt dutzende Mittel um eine Android Applikation zu vermarkten. Ob über das Internet oder durch klassische physische Varianten lässt sich am Besten über Zielgruppenorientierung bestimmen.

7.7.1 Website

Ein gute Methode um eine positive Reputation für seine Applikation zu schaffen ist es eine Website zu erstellen. Sie soll die Besucher einen kurzen Einblick in das Projekt und die Applikation bieten. Damit kann man bereits vor der Veröffentlichung eine positive Reputation schaffen und Benutzer an Land ziehen, bevor das Produkt überhaupt auf dem Markt ist. Eine solche Teaser-Website sollte nur mit den minimalistischen Beschreibungen der Hauptfunktionen verkleidet werden, ein einfaches Design haben und einen guten Überblick über das Endprodukt aufzeigen: Als Beispiel Die Website der Applikation Instagram:

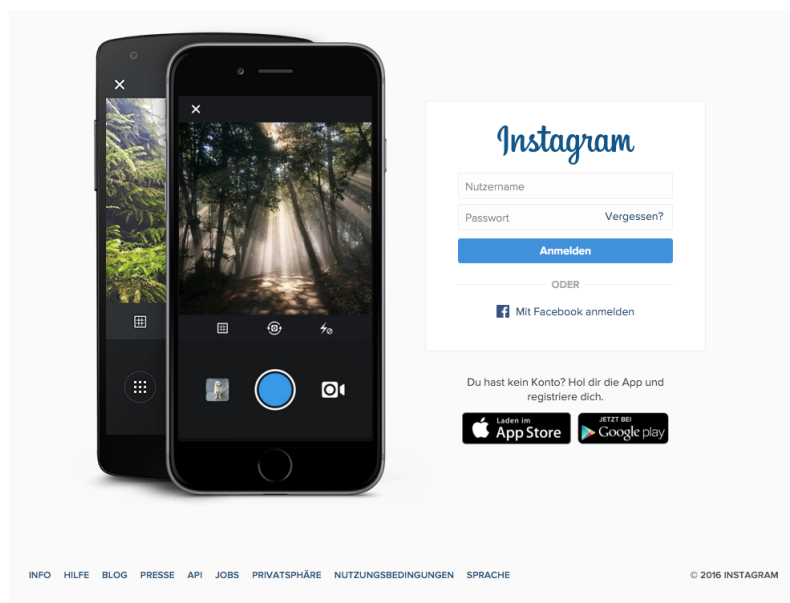


Abbildung 9: Screenshot von <http://instagram.com>:

Instagram.com ist ein gutes Beispiel für solch eine Teaser-Website. Eine weitere Möglichkeit ist es ein Video in die Website einzubauen, welche die Benutzung und Vorteile der Applikation aufzeigt. Eingebettet in die Seite

kann dies durch verschiedene Videohoster wie: Youtube.com, Vimeo.com oder Vidme.com. Das Video in einem normales HTML5 Mediaplayer einzubetten ist auch ein beliebtes Mittel.

7.7.2 Social Media Reputation

Ein bereits seit langem wichtiges Element in der online Vermarktung ist die Social Media Reputation. Wenn man heutzutage seine Applikation an die Menschen bringen will sollte das über die beliebte Sozialen Netzwerke wie Facebook, Google+, Twitter, Instagram, Vine,... und unzählige mehr. Seiten wie diese bieten die Möglichkeit für das Produkt einen eigene Seite oder Account zu erstellen, über diesen sich dann Benutzer unterhalten und austauschen können und neue an Land gezogen werden können. Zusätzlich können Administratoren beliebte Facebook Seiten beispielsweise dafür bezahlt werden, damit sie die App darauf teilen und positive Merkmale dabei unterstreichen.

Ein weiteres gutes Social Media mittel ist Reddit.com. Die Seite inkludiert die Funktion einen eigenen Developer Blog zu führen, worauf updates, bugs und neue Ideen für die Funktionalitäten der Applikationen geteilt werden können. Zusätzlich können bei dieser Webseite angemeldete User auch in diesem Blog posten - sich mit den Entwicklern unterhalten und mithilfe die App zu verbessern. Gute Vorschläge oder Ideen werden von Benutzern mit einem Pfeil nach oben markiert und wandern in der Postingliste hinauf damit die Sichtbarkeit steigt und sie mehr Personen lesen und darüber diskutieren können. Dies schafft eine sogenannte "Below-the-line Werbemöglichkeit für das Projekt.

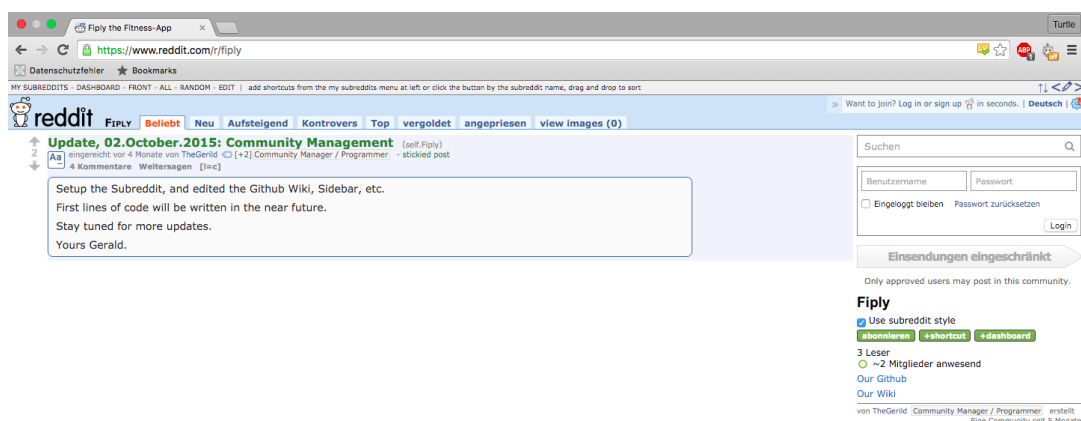


Abbildung 10: Screenshot von <http://reddit.com/r/fiPLY>

7.7.3 Presse

Eine der einfachsten Möglichkeiten ist es, eine Email an selektierte Schreiber die sich auf etwaige Bezugsthemen spezialisieren (Technik Blogs, Youtube-Review Kanäle oder wie bei dem Fiply Beispiel auch Fitnesstrainer/Fitnesscoaches und Fitnesscentern), auszusenden. Zu beachten ist dabei die persönliche Note. Jeder Aussendung sollte individuell zugeschnitten werden um den Empfänger anzusprechen. Inhalt soll knapp und bündig gehalten werden und die wichtigsten Informationen zusammenfassen wie zum Beispiel: die wichtigsten Funktionen, wichtige Links, Kontaktinformationen und Alleinstellungsmerkmale. Weiters ist zu überlegen, ob eventuelle kostenpflichtige Versionen dem Adressaten gratis übermittelt werden um ihn oder sie dafür zu motivieren über das Projekt zu schreiben.

7.7.4 Konteste

Kaum mit etwas anderem kann man schneller für Aufmerksamkeit sorgen als mit dem Gewinnen von Kontesten. Auch schon nur bei einer Einreichungen und Nominierung kann man einen hohen Bekanntheitsgrad für seine App erlangen. Ein positiver Effekt ist auch, dass Gewinner und oft Zweit- und Drittplatzierte sich durch so eine Veranstaltung hin und wieder einen kleinen aber wichtigen Artikel in Zeitungen oder Onlinemagazinen, aber auch Technikblogs u.A. teilen. Konteste sind ein wichtiges Element um das Produkt an die Zielgruppen zu bringen. Am besten sieht man nach welche Art von Kategorien es bei Preisausschreiben gibt und reicht es dann dort mit der höchsten Gewinnchancen ein, oft kann man sein Projekt auch bei mehreren Kategorien gleichzeitig anmelden.

Eventuelle Siege können auf der App-Homepage aufgeführt werden um Erstbesucher davon zu überzeugen, dass das geworbene Produkt Qualität aufweist.

7.7.5 Persönliche Werbung

In erster Linie sollte man seine Bekannten und Freunde um ein ehrliches Feedback bitten, ob das Projekt denn wirklich gut bei dem Endbenutzer ankommen kann. Objektive Meinungen von Freunden sind der Grundstein für die Erfolgsvorhersung einer selbst erstellten Applikation. Die Verbreitung an Bekannte oder Verwandte kann durch persönliche Gespräche, Emails oder Social Media erfolgen. Am Besten bewährt sich dabei jedoch die persönliche Vermittlung. Falls das Endprodukt wirklich seinen Funktionsumfang gewährleistet und die Qualität dementsprechend gut ist, werden diese Vermittlungspfade auch ihren Bekanntheitskreis vorstellen. Dies geht weiter weiter.

Mundpropaganda mag nicht sehr schnell sein, dafür aber sehr effektiv.

7.7.6 Reklame

Bei Reklamen/Werbeinschaltungen sollte in erster Linie auf die Zielgruppe geachtet werden. Erfolgreiche Reklame passiert nur durch zielgerichtete Zielgruppengdefinition. Dabei sollte man sich Fragen stellen wie: Was will ich genau bewerben? Welche Personen will ansprechen? Durch welche Plattformen komme ich an diese Personen ran? Wie gestalte ich die Werbung möglichst attraktiv?

Potentielle User kann man dort anwerben wo sich diese aufhalten. Bei diversen Onlinecommunities in Foren, Websites oder Applikationen mit verwandtem Inhalt oder Interessensgruppen. Dabei schränken sich die Möglichkeiten nicht nur auf physische Reklamemöglichkeiten wie Inserate oder Werbeplakate ein. Dienste wie Facebook, Twitter, Google Adsense bieten eine umfangreiche Zielgruppenschaltung zu entsprechenden Preisen an. Aber auch auf Radio und Televisionswerbung muss nicht verzichtet werden.

7.7.7 In Appstore Optimierung (IAO)

Genau wie bei einer Suchmaschinenoptimierung für Webseiten bei Diensten wie Google.com gibt es dies auch für Applikation im Google Playstore. Ziel ist es, dass der potentielle Benutzer durch verschiedene, möglichst wenige, bestimmte Stichwörter in der Suchanfrage auf die Applikation stößt. Mehr als 50% der Nutzer einer App entdecken diese durch das erstmalige Suchanfrage bestimmter Stichwörter in dem Store.

Bei der Einrichtung muss speziell auf die Länge des Titels, Beschreibung und Name geachtet werden. Zwecks Wiedererkennungsfunktion sollte die App einen eigentständigen und nicht andersweitig vorkommenden Namen besitzen, damit die Benutzer den Namen eindeutig mit dem Produkt assoziieren. Eine klare, übersichtliche und kurzgehaltene Beschreibung bringt den User eher dazu, die Applikation runterzuladen, womit die kommerzielle Erfolgswahrscheinlichkeit des Produkts am Besten sichergestellt werden kann.

Das Icon sollte möglichst minimalistisch gehalten werden. Der Benutzer assoziiert Farbschemas und Formen des Icons automatisch mit der Applikation, welche möglichst simple und mit der modernen Designrichtlinie "Weniger ist mehr" umgesetzt werden soll.

Bei der Einbettung von Medien im Google Playstore sollten die nützlichsten und besten Aspekte und Funktionen der Applikation wiedergegeben werden. Screenshots mit wenig Aussagekraft sollte vermieden werden, da es ein Limit für eingebundenen Medien für das Appprofil gibt und diese möglichst effizient

genutzt werden sollten.

7.7.8 Fazit

“Grundsätzlich kann gesagt werden, dass man sich bei der Bewerbung einer App nicht nur auf die Optimierungsmöglichkeiten im Store verlassen sollte. Es muss in Bezug auf Werbung vielmehr ein ganzheitlicher Ansatz gewählt werden, der schon vorab – also vor Veröffentlichung der App – bei den potenziellen Nutzern einen Anreiz zum Download schafft. Das Wichtigste ist allerdings, seine Annahmen und Maßnahmen regelmäßig auf deren Wirksamkeit und Erfolg hin zu prüfen und gegebenenfalls zu optimieren bzw. im Fall der Fälle auch gänzlich zu überdenken.“

7.7.9 Quellen:

- <http://www.app-entwicklung.info/2015/04/moeglichkeiten-der-app-vermarktung-teil-1-website-social-media-presse-events-co/>
- <http://www.app-entwicklung.info/2015/05/moeglichkeiten-der-app-vermarktung-teil-2-die-app-store-optimierung-aso/>

8 Der Trainingsplan

Konzept zur Erstellung eines Trainingsplans Daniel Bersenkowitsch

8.1 Vorwort

Ein Trainingsplan besteht aus unterschiedlichen Phasen - je nach Trainingsziel (Muskelaufbau, Maximalkraft, Kraftausdauer (=Gesundheit)) unterschiedlich. Jede Trainingsphase besitzt einen empfohlenen RM-Wert (0%-100%), mit welchem der Benutzer üben kann. Alle empfohlenen Werte (Satzpausen, RM-Wert, Anzahl der Trainingstage,...) sind lediglich eine Option für den Benutzer und können auch frei gewählt werden.

8.2 Was ist Was?

Eine “Wiederholung“ ist das 1-malige Ausüben einer Übung.

Ein “Satz“ ist die Abschließung aller Übungen und ausgeführten Wiederholungen. 100% RM =(Repetition Maximum = Maximalwiederholung) ist die

Ausführen einer bestimmten Übung zu einem bestimmten Gewicht, welches bei der Übung genau 1 Mal bewältigt werden kann:

$$\%RM = \frac{100 * \textit{Trainingsgewicht}}{102.78 - (2.78 * \textit{Wiederholungen})}$$

Wenn man sich also das Trainingsgewicht ausrechnen will, mit dem man eine Übung ausführen soll, geht man wie folgt vor (Vorgeschlagener %RM-Wert und Wiederholungen sind angegeben):

$$\textit{Trainingsgewicht} = \frac{\%RM * (102.78 - (2.78 * \textit{Wiederholungen}))}{100}$$

Mit dem errechneten Gewicht führt man nun die jeweilige zugeordnete Übung aus. Da man bei konsequenten Training die Kraft steigt, sollte man auch immer das Trainingsgewicht erhöhen. Um maximalen Fortschritt zu erzielen, ist es empfohlen, die Wiederholungen gleich bleiben zu lassen. Der Benutzer testet selbst wieviel Gewicht er mit den Wiederholungen schafft, die Änderung der Gewichts wird von ihm festgehalten, um positive Entwicklungen feststellen zu können.

Das Gewicht kann aber auch selbst abgeschätzt werden. Das Gewicht ist dann optimal gewählt, wenn man damit zwischen 10 und 13 Wiederholungen schafft. Weiters wird immer auf eine Aufwärmphase hingewiesen, welche man vor jeder Trainingseinheit durchführen muss. Sie besteht aus 5-10 Minuten Laufen und Dehnen.

8.3 Phase 1: Allgemein

Phase 1 ist für jeden gleich, unabhängig vom Trainingsziel, und dient dem Eintrainieren. Am Anfang wird festgehalten, ob der Benutzer einen untrainierten oder bereits trainierten Körper besitzt. Anhand dessen und dem ausgewählten Schema (Bauch - Beine - Po, Oberkörper/Arme, Stabilisation (Rücken & Gesundheit)) werden in dieser Phase die Übungen ausgewählt und die Anzahl der Sätze/Wiederholungen bestimmt:

	Anfänger	Fortgeschrittener
Baum - Beine - Po	Übungen: 9	Übungen: 9
	Sätze: 2	Sätze: 3
	Wiederholungen: 20	Wiederholungen: 25
Oberkörper - Arme	Übungen: 6	Übungen: 8
	Sätze: 2	Sätze: 3
	Wiederholungen: 20	Wiederholungen: 25
Stabilisation	Übungen: 8	Übungen: 8
	Sätze: 2	Sätze: 3
	Wiederholungen: 20	Wiederholungen: 25

In Phase 1 werden alle Übungen mit einem Gewicht 55% RM ausgeführt. Es werden Anfangs 3 Trainingstage ausgewählt, an denen der Benutzer Zeit findet um zu trainieren. Dabei wird beachten, dass zwischen den Trainingstagen mind. 36 Stunden Pause eingelegt werden soll, um den Kreislauf zu schonen. Die empfohlene Satzpause liegt bei 30-60 Sekunden, kann aber auch frei bestimmt werden.

Die Phase 1 dauert bei einem Anfänger 8 Wochen und bei einem Fortgeschrittenen nur die Hälfte.

Im Überblick:

Übungen:	6 bis 9
Gewicht:	55% RM
Sätze:	2 oder 3
Wiederholungen:	20 oder 25
Pausendauer:	30-60 Sekunden
Wochentage:	3
Phasendauer:	4 oder 8 Wochen

8.4 Phase 2: Kraftausdauer (Gesundheit)

Phase 2: Kraftausdauer (Gesundheit) besteht aus 2 Phase 1: Allgemein Trainingstagen in der Woche. Zusätzlich besteht das Training aus entweder 1 Mal wöchentlich Phase 2: Muskelaufbau -training oder 1 Mal wöchentlich Stabilitätsübungen. Welche der Benutzer ausführen will kann er selbst am Anfang entscheiden, je nachdem ob er seinen Körper formen will, oder ob er es als Gesundheits- oder Rehaübung macht.

Also im Überblick:

1. Teil	Phase 1: Allgemein
Übungen:	6
Gewicht:	55% RM
Sätze:	2
Wiederholungen:	25
Pausendauer:	30-60 Sekunden
Wochentage:	2
Phasendauer:	8 Wochen

2. Teil	Phase 2: Muskelaufbau	Stabilitätsübungen
Übungen:	6	6
Gewicht:	80% RM	Keines
Sätze:	2	3
Wiederholungen:	25	12-20
Pausendauer:	30-60 Sekunden	60-120 Sekunden
Wochentage:	1	1
Phasendauer:	8 Wochen	8 Wochen

8.5 Phase 2: Muskelaufbau

Phase 3: Kraftausdauer

Wenn man als Trainingsziel "Muskelaufbau" gewählt hat, kommt diese nach Phase 1, oder wenn man Phase 2: Kraftausdauer (Gesundheit) abgeschlossen hat. In dieser Phase kommen viel Hantel- und Seilzugtraining zum Einsatz. Dabei ist zu beachten, dass die Schwierigkeit der Übung egal ist. Es wird davon ausgegangen, dass ein Anfänger nach der 8-wöchigen Phase 1 bereits fit genug ist, um alle Übungen die sich im Trainingskatalog befinden zu meistern.

Der User kann sich beginnend aussuchen, welche 2-3 Muskelgruppen er trainieren will. Am Phasenanfang wird zwischen Splittraining und Ganzkörpertraining unterschieden. Der Unterschied zwischen den Trainingsarten liegt bei der zeitlichen Ausführung der Übungen. Bei dem Splittraining werden Übungen zu einer bestimmten Muskelgruppe bei jeder Trainingseinheit durchgeführt. Umgekehrt wird bei dem Ganzkörpertraining in jeder Trainingseinheit auf eine bestimmte Muskelgruppe gezielt.

Diese Phase besteht wieder aus 3 Trainingstagen pro Woche und das empfohlene Trainingsgewicht liegt bei 80% RM. Die Satzpausendauer beträgt 90-120 Sekunden, bei 3 Sätzen und 12 Wiederholungen. Je nach Anzahl der fokussierten Muskelgruppen bestimmt sich die Zahl der Übungen, die man bekommt: Bei 2 Muskelbereiche sind es 6 Übungen, bei 3 sind es 9 Übungen. Nach dieser 8-wöchigen Phase kommt Phase 3: Muskelaufbau.

Im Überblick:

	Muskelaufbau	Kraftausdauer
Übungen:	6 oder 9	6 oder 9
Gewicht:	80% RM	80% RM
Sätze:	3	3
Wiederholungen:	12	12
Pausendauer:	90-120 Sekunden	90-120 Sekunden
Wochentage:	3	3
Phasendauer:	8 Wochen	4 Wochen

Nach Phase 3: Kraftausdauer ist wieder von Anfang an (Phase 1: Allgemein) zu beginnen. Man kann aber auch aufhören oder sich einen neuen Trainingsplan generieren lassen.

8.6 Phase 2: Maximalkraft

Phase 3: Muskelaufbau

Diese Phase ist für das Maximalkrafttrainingsziel die Phase 2 und für das Muskelaufbautrainingsziel die Phase 3. Nur Fortgeschrittene oder User die die Phase 2: Muskelaufbau durchgeführt haben, können diese Phase beginnen.

Maximalkraftübungen sind immer Ganzkörperübungen. Das empfohlene Trainingsgewicht liegt bei 95% RM. Dabei kommen ausschließlich Seilzug- und Hantelübungen vor (6). Satzdauer beträgt 90-120 Sekunden, bei 3 Sätzen und 5 Wiederholungen. Diese Phase besteht wieder aus 3 Trainingstagen pro Woche und einer Mindesterholungszeit von 48h!

Das Maximalkrafttraining besteht aus einem zusätzlichen Schritt, der Mobilisation, der nach dem Aufwärmen beginnt. Danach kann mit dem Training begonnen werden.

Im Überblick:

Übungen:	6
Gewicht:	95% RM
Sätze:	3
Wiederholungen:	5
Pausendauer:	90-120 Sekunden
Wochentage:	3
Phasendauer:	Muskelaufbau: 4 Wochen Maximalkraft: 6 Wochen

Nach Phase 3: Muskelaufbau ist der Trainingsplan zu ende. Nun kann man ihn erneut starten (vom Anfang an), hört auf, oder lässt sich erneut einen generieren.

8.7 Phase 3: Maximalkraft

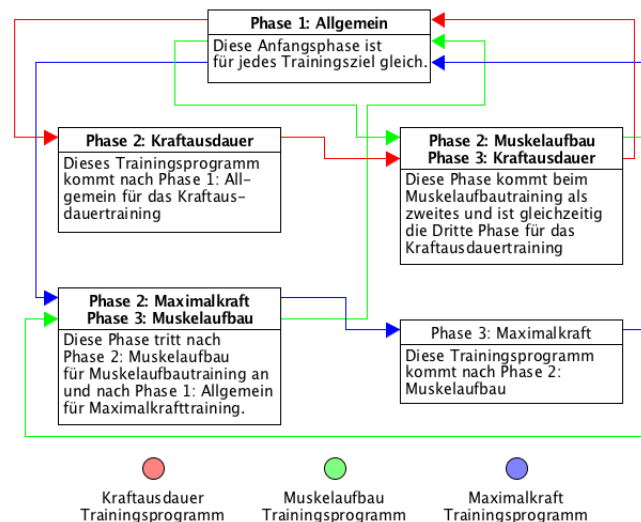
Phase 3: Maximalkraft kommt nach Phase 2: Maximalkraft. Hierbei wird lediglich 2 Mal wöchentlich trainiert. Die Tage kann sich der Benutzer wieder aussuchen, einzige Bedingung sind 48 Stunden Erholungszeit. Die Phase besteht wieder aus Seilzug- und Hantelübungen, insgesamt 6 mit jeweils 2 Wiederholungen zu 5 Sätzen. Hierbei wird das Trainingsgewicht erneut für ca. 95%RM gewählt.

Im Überblick:

Übungen:	6
Gewicht:	95% RM
Sätze:	5
Wiederholungen:	2
Pausendauer:	120-180 Sekunden
Wochentage:	2
Phasendauer:	8 Wochen

Nach Phase 3: Maximalkraft ist der Trainingsplan zu ende. Nun kann man ihn erneut starten (vom Anfang an), hört auf, oder lässt sich erneut einen generieren.

8.8 Visualisierung



8.9 Mobilisation

Die Mobilisation beim Maximalkrafttraining dient dazu, den Körper auf das kommende schwere Training vorzubereiten. Sie besteht aus:

Mobilisation	Beschreibung
Hals	Den Kopf im Wechsel nach rechts und links drehen.
Schulter	Die Arme neben dem Körper hängen lassen und mit den Schultern nach rückwärts kreisen.
Ellbogen	Die Hände auf die Schulter legen, mit den Ellbogen vorwärts und rückwärts kreisen, die Schultern dabei nach hinten und unten bewegen.
Handgelenk	Hände kreisen, beide Hände gleichzeitig mit größtmöglichem Bewegungsumfang fortlaufend um die eigene Achse drehen.
Becken-Mob	Die Arme über den Köpf führen, Handflächen nach oben schieben, Schultern bleiben tief, das Becken im Uhrzeigersinn, den ganzen Bewegungsumfang ausnutzen, Richtung ändern, die Kreise aus der Hüfte führen, die Beine sind stabil.
Wirbelsäule – Seitneigung	Linken Arm seitwärts hoch heben über den Kopf und Wirbelsäule seitwärts beugen, gegengleich, Handflächen nach oben.
Wirbelsäule – Rotation	Bauchnabel nach innen ziehen, die Arme in U-Form anheben, Daumen zeigen nach hinten und sind leicht nach außen gedreht, den Oberkörper vorbeugen, Gesäß nach hinten und zur Seite drehen, zur Mitte kommen, zur anderen Seite drehen, zur Mitte, immer im Wechsel, der Rücken bleibt gestreckt, die Schulterblätter sind zusammengezogen, das Becken bleibt stabil.
Wirbelsäule – Rolldown	Aufrechter Stand, den Kopf Richtung Brustbein senken, Bauchnabel nach innen ziehen, einatmen und beim Ausatmen die Wirbelsäule Wirbel für Wirbel in Richtung Boden abrollen, einatmen und wieder Wirbel für Wirbel aufrollen, der Rücken ist locker, der Nacken ist entspannt.