



ORF TVTHEK GOES TECHNOGYM

REPORTAGEN • KOLUMNEN • INTERVIEWS

fitnesstribune.com



Es geht weiter – jedoch anders!

In meiner Arbeit als Business Coach hatte ich in den letzten Jahren mehr mit «psychologischer Unterstützung» als mit reinen Managementthemen zu tun. Viele Menschen hatten Mühe, mit dieser unsicheren Zeit umzugehen und wenig Motivation, die Zukunft zu planen. In der Vergangenheit habe ich sehr oft über den «Wandel» geschrieben (siehe FITNESS TRIBUNE Nr. 196) und wie wichtig es ist, sich in der Veränderung sicher zu fühlen und aktiv zu werden. In dieser Kolumne möchte ich nicht auf den Wandel als solchen eingehen, sondern mehr über die Möglichkeiten für die Zukunft in verschiedenen Managementbereichen sprechen. Als Führungskraft sollten Sie mit gutem Beispiel vorangehen, den Mitarbeitern Vorbild sein und optimistisch in die Zukunft schauen.



Einige Punkte:

- Umgang mit Wandel – flexibel bleiben
- Die Unternehmensplanung der Zeit und den Umständen anpassen
- Neue Ideen einfließen lassen und mit dem Team besprechen

Qualität kontra Kosten

Viele Betriebe, welche in den 80er-Jahren gegründet wurden, haben sehr grossen Wert auf die Kundenbetreuung gelegt und sehr viel Geld für Personal (ca. 25 bis 40 Prozent des Gesamtumsatzes) ausgegeben. Solange der Kunde diesen Preis bezahlt und den Mehrwert der Leistung akzeptiert, ist das kein Problem. In der heutigen Zeit denken viele Kunden differenzierter und möchten nur noch die Dienstleistung bezahlen, welche sie effektiv nutzen – z. B. top eingerichtete Räume und gute Geräte. Auch die Kunden haben sich in den letzten 40 Jahren verändert. Durch das Internet und lange Trainingserfahrung haben einige Kunden mehr Wissen und Erfahrung als so mancher Fitnesstrainer und deshalb wollen viele nur noch von «top Spezialisten» bzw. Personal Trainern beraten werden. So ist ein neuer Berufszweig entstanden, welcher sich sehr schnell im Markt entwickelt hat. Zurzeit betreue ich diverse Clubs, welche im Premiumbereich angesiedelt sind und gerne mit selbstständigen Personal Trainern kooperieren, die viel Erfahrung und hohe Expertise mitbringen. Dies ist nur ein Beispiel von vielen, denn in allen Bereichen Ihrer Firma gibt es solche Möglichkeiten.

Einige Punkte:

- Was bedeutet bei uns Qualität?
 - Top Betreuung oder top Einrichtung?
- Was können wir uns leisten?
- Wo können wir sparen?

Digitalisierung

Die Digitalisierung und die KI (Künstliche Intelligenz) sind in allen Wirtschaftsbereichen auf dem Vormarsch und nicht mehr wegzudenken. Daher hat es grösste Priorität zu überlegen, welche der neuen Errungenschaften für Ihren Betrieb und dessen Weiterentwicklung wichtig sind – und auf was Sie gut verzichten können. Die folgenden Punkte sollte jeder für seinen Standort, für sein Konzept und seine Möglichkeiten überdenken.

- Check-in/out? – dies ist in den meisten Clubs eingeführt
- Shop im Club und/oder Onlineshop? – ist von Ihrem Konzept abhängig
- Trainingsplanung digital: Apps? – eine sehr interessante Sache, jedoch wichtig für Ihre älteren Kunden ist, dass die «normale Trainingskarte» auch ausgedruckt werden kann
- Online-Vertragsabschlüsse? – sind sicher sinnvoll und werden von den meisten Mitgliederverwaltungsprogrammen angeboten
- Digital gesteuerte Trainingsgeräte? – sind bei fast allen Anbietern Standard, jedoch ist diese Investition auch sehr stark von Ihrem Clubkonzept abhängig. Ich betreue zurzeit einige Clubs, die keine digitalisierten Geräte haben und erfolgreich sind
- Virtuelles Training – zu jeder Zeit für den Kunden abrufbar? Diese Art Training hatte vor allem während der Corona-Zeit Zulauf und viele Clubs bieten auch virtuelle Mitgliedschaften fürs Training im eigenen Zuhause an
- Vernetzung aller Bereiche? – jede Vernetzung sollte grundsätzlich genau überdacht werden und ist weitgehend von Ihrem Konzept abhängig und nicht immer sinnvoll
- Automatisierte Kurse? – als zusätzliche Dienstleistung ausserhalb der betreuten Kurse eine sehr gute Ergänzung
- Streaming von Kursen/Live-Übertragung aus dem Club? – wird schon an vielen Orten als Standard bzw. Clubdienstleistung durchgeführt – wichtig, auf die Privatsphäre der Teilnehmer zu achten – nicht alle wollen im Internet gesehen werden
- KI (Künstliche Intelligenz): der digitale Trainer? Dieser Bereich ist sicher noch in den Anfängen, jedoch sicher ein Zukunftsthema
- Marketing? Die Grundlagen im Marketing wie Positionierung, Corporate Design, Corporate Identity, Verkauf etc. werden immer bestehen bleiben, jedoch haben sich die Mittel verändert. Printwerbungen wurden sehr stark durch Online-Marketing, vor allem durch Social Media ersetzt. Die grosse Herausforderung in der Praxis ist, dass Sie einen kompetenten Mitarbeiter für diesen Bereich habe

Clubkonzepte

Um auf dem Markt konkurrenzfähig zu bleiben, ist es ein Vorteil, wenn man die Entwicklungen und die Konkurrenz genau beobachtet. Anhand neuer Trends können Sie die Tendenzen der Branche beobachten und die eine oder andere Idee in das eigene Konzept einfliessen lassen. Wichtig ist, offen zu bleiben für neue Gedanken und Strömungen sowie immer zu überlegen, welcher Punkt Sie weiterbringen könnte.

Hier einige Beispiele:

- Diverse Entwicklungen:
 - Clubs mit Zeiten für intensive Betreuung – gut organisierte Personalpläne stehen im Fokus
 - Kunde bezahlt nur, was er braucht – Raum, Geräte, Dusche etc.
 - Flexible Mitgliedschaften – z. B. Nutzung ausgewählter Bereiche, online, Outdoor etc.
- Einige Beispiele von Diversifizierung in der Fitnessbranche:
 - Fitness in Kombination mit Physiotherapie – MTT
 - Mikroclubs – meistens von Personal Trainern genutzt für «one to one» Training
 - Funktionales Training unter dem Motto «back to the roots» – eher für jüngere Kunden – bei diesen Konzepten ist die Fachkompetenz der Trainer von grösster Wichtigkeit
 - EMS-Training-Center – vor allem Mikroclubs mit persönlicher Betreuung
 - Discountclubs – Preis steht im Vordergrund
 - Outdoorbereiche – als Ergänzung teilweise sinnvoll
 - Premiumbereich – sehr teuer und gehoben, meistens nur in Grossstädten
 - Boutique-Clubs – das Ambiente steht im Vordergrund
 - Bodybuilding – vor allem für Kraftsportler spezialisiert

Meine Beispiele haben nicht den Anspruch vollständig zu sein, jedoch bin ich mir sicher, dass ich Ihnen die eine oder andere Anregung mitgeben konnte. Unsere Branche wird sich in Zukunft weiterentwickeln, jedoch sollten wir uns im Klaren sein, dass vieles nicht mehr so sein wird wie früher – «das einzige Beständige ist der WANDEL». Es ist sehr wichtig, dass Sie mit Ihrem Team oder auch mit Zuzug von externen Spezialisten Ihren Betrieb für die Zukunft auf- oder umrüsten, damit Sie erfolgreich bleiben.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen alles Gute!

Ihr Edy Paul



Edy Paul

Coacht und berät Einzelpersonen und Firmen mit eCoaching oder persönlich vor Ort (Strategie, Management, Neugründungen, Analysen, Schulungen, Konzeptentwicklungen, Raumplanung). Fitness- und Clubanalysen sowie Verkauf & Nachfolgeregelungen gehören ebenfalls zu seinen Leistungen.

Kontakt +41 79 601 42 66
edy.paul@paul-partnerag.com
www.edypaul.ch