

Change Management in der Fitnessbranche – Praxisbeispiele

In meiner letzten Kolumne habe ich über die wichtigsten fünf Punkte und die Grundlagen im Wandel gesprochen (FITNESS TRIBUNE Nr. 176). Oft wird dabei der Mensch (Sie als Unternehmer/Inhaber) im Zentrum vergessen, der neben der Analyse, der absolut wichtigste Faktor im Change-Management ist:

1. Analyse der momentanen Situation
2. Abschied nehmen
3. Aufbrechen — tun
4. Der erste Schritt
5. Sofortige Ergebnisse

Ich möchte Ihnen einige Beispiele von erfolgreichem Wandel bzw. Change Management in verschiedenen Clubs vorstellen. Es ist sehr wichtig, falls Sie etwas verändern möchten, dass Sie das als einen ganzheitlichen Prozess ansehen, bei dem Ihre Person, der bestehende Club und die Möglichkeiten, der Markt, das Kundenpotenzial, die Konkurrenz und die wirtschaftliche Situation eine sehr wichtige Rolle für eine gute Lösung spielen. Der häufigste Fehler ist oft, dass nur anhand von einzelnen Faktoren und nach Gefühl entschieden wird. Oft führt das zu Fehlentscheidungen, Investitionen und Planungen, welche nicht unbedingt vom Erfolg gekrönt sind. Sie müssen zu 100 Prozent hinter dem Wandel stehen — nur mit einem absoluten JA werden Sie viel Erfolg und Spass in der Zukunft haben.



Edy Paul

coacht und berät Einzelpersonen und Clubs über Skype oder vor Ort (Strategie, Management, Neugründungen, Analysen, Schulungen, Konzepte, Raumplanung). Fitnessclubanalysen sowie Verkauf & Nachfolgeregelung gehören ebenfalls zu seinen Leistungen. Kontakt:
+41 79 601 42 66,
edy.paul@paul-partnerag.com,
www.edypaul.ch



Hallau Fitness

Hallau Fitness in Hallau

Ausgangslage:

Die Physiotherapie und das kleine Trainingscenter waren miteinander total vernetzt und nicht abgegrenzt; d.h. auch nicht nach aussen war eine Abgrenzung ersichtlich zwischen Therapie und Training. Ferner war es der Wunsch des Inhabers weniger zu arbeiten, sich schrittweise zurück zu ziehen und dass seine Nachfolge geregelt ist.

Vorgehensweise:

- Strategiegelgespräch mit dem Inhaber
- Alle wichtigen Abklärungen (Club-, Markt- und Konkurrenzanalyse)
- Marketing — Trennung von Therapie und Fitness im Layout mit zwei verschiedenen Logos und Farben
- Vergrößerung und Umgestaltung des Fitnessclubs.
- Nachfolgeregelung: Physiotherapie und der Fitnessclub wurden getrennt an zwei neue Inhaber verkauft.
- Grossangelegte Marketingkampagne mit Tag der offenen Türe

Resultat:

Von einer Physiotherapie mit begrenztem MTT-Angebot zu zwei unabhängigen Unternehmen, welche sich mit Ihren Dienstleistungen optimal gegenseitig ergänzen — Physiotherapie und Fitnessclub unter einem Dach.

Fitwork – Emmenbrücke

Ausgangslage:

Das Fitwork und sein Inhaber Georg Mahler stehen seit Jahren für eine Top-Dienstleistung, die sich durch eine intensive Betreuung und eine Top-Einrichtung von der Konkurrenz abhebt. Im Laufe der letzten Jahre wurde die Konkurrenz immer stärker, diverse Discounter eröffneten im unmittelbaren Einzugsgebiet. Die Personalkosten stiegen im Verhältnis zum Umsatz und es war sehr wichtig, dass man einen Weg fand, mit dem man Aufwand und Ertrag stabilisieren konnte, ohne die Dienstleistung zu vernachlässigen.

Vorgehensweise:

- Strategiegelgespräch mit dem Inhaber
- Alle wichtigen Abklärungen (Club-, Markt- und Konkurrenzanalyse)
- Abklären der Möglichkeiten für unbetreutes Training
- Bauliche Massnahmen
- Schulung der Mitarbeiter
- Information der Kunden
- Integration der neuen Möglichkeiten in die Werbung

Resultat:

Durch die Erweiterung der Öffnungszeiten (unbetreut) und durch Einführen von Blockzeiten (betreut) konnten Personalkosten eingespart und zugleich die Leistungen für die Kunden erhöht werden (längere Öffnungszeiten), ohne dass qualitative Einbussen gemacht

**Fitwork Emmenbrücke**

werden mussten. Der Club ist neu 365 Tage zu den gleichen Öffnungszeiten geöffnet.

TC Heerbrugg – Heerbrugg

Ausgangslage:

Immer mehr Discounter eröffneten im Einzugsgebiet. Der Club hat vor allem einen Teil der jungen Zielgruppe verloren und dadurch auch Umsatz eingebüsst. Den Inhabern Jnge und Andryn Savary war es wichtig, die Positionierung als Qualitätsclub nicht zu verlieren.

Vorgehensweise:

- Strategieggespräch mit dem Inhaber
- Alle wichtigen Abklärungen (Club-, Markt- und Konkurrenzanalyse)
- Abklären der Möglichkeiten für eine Abtrennung des Workout-Bereichs in einen eigenen unbetreuten Discountclub.
- Bauliche Massnahmen mit einem zweiten Extraeingang
- Schulung und Information der Mitarbeiter
- Information der Kunden
- Grossangelegte Werbekampagne

Resultat:

Das TC Heerbrugg hat mit diesen Massnahmen einen wichtigen Schritt in der Positionierung im lokalen Markt gemacht. Auf der einen Seite bekommen die bestehenden Mitglieder längere Öffnungszeiten, da sie auch im Discountclub trainieren dürfen und auf der anderen Seite hat man die eigene Dienstleistung mit einem Discount-Angebot erweitert.

Billinger – Athletic Gym Buchs

Ausgangslage:

Christian Billinger, als ehemaliger Spitzensportler, versuchte sich über Jahre im Fitness- und Gesundheitsmarkt zu etablieren — seine Leidenschaft blieb jedoch das leistungsorientierte Krafttraining. Das führte dazu, dass er immer weni-

ger fitnessorientierte Kunden hatte und dadurch weniger Umsatz erzielt wurde. Es war sehr wichtig, einen neuen Weg zum Erfolg zu finden.

Vorgehensweise:

- Strategieggespräch mit dem Inhaber
- Alle wichtigen Abklärungen (Club-, Markt- und Konkurrenzanalyse)
- Abklären der Möglichkeiten für eine Konzeptänderung
- Bauliche Massnahmen
- Schulung und Information der Mitarbeiter
- Information der Kunden
- Werbekampagne

Resultat:

Die beiden Clubs sind auf Krafttraining spezialisiert. Betreuung gibt es nur als Personal Training, welches speziell bezahlt werden muss. Die Clubs sind preislich im Discountbereich positioniert. Zurzeit wird das Modell in diese Richtung weiter entwickelt.

**Billinger Athletic Gym**

Diese Beispiele aus der Praxis zeigen auf, dass es keine allgemeine „Patentlösungen“ gibt. Jede Firma muss ganzheitlich betrachtet und die beste individuelle Lösung gefunden werden und das braucht eine gewisse Zeit.

Ein Sprichwort aus Japan bringt es auf den Punkt: **„fürchte Dich nicht vor langsamen Veränderungen, fürchte Dich vor dem STILLSTAND!“**

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Geduld, den richtigen Weg zu finden.

Beste Grüsse Ihr Edy Paul

**TC Heerbrugg**