

Schlechte Zeiten für Studios?

Rezession, Finanzkrise und die Auswirkungen auf das Fitnessgeschäft

Seit Wochen hört man in den Medien vorrangig von einem Thema: Der Weltwirtschaftskrise. Eine Finanzkrise in diesem Umfang hat natürlich auch die Auswirkung, dass der letzte noch funktionierende Sektor der deutschen Wirtschaft – der Export – vermutlich abgewürgt wird, da wir auf unserem Bruttoverdienst sitzen bleiben, was für ein eventuelles Weitersteigen der Arbeitslosigkeit sorgt (siehe Automobilindustrie). Wenn viele Firmen ihre Produkte nicht mehr verkaufen können, fehlt nicht nur der Umsatz, sondern es gibt auch weniger Arbeit. Also müssen Kosten eingespart und Mitarbeiter entlassen werden. Hier setzt ein Domino-Effekt ein: Entlassen viele Firmen massenhaft Mitarbeiter, so haben immer weniger Menschen Geld zum Ausgeben, wodurch die Wirtschaft weiter sinkt. Gleichzeitig werden viele Menschen, die zwar nicht direkt betroffen sind, weil sie noch einen Job haben, trotzdem sparen, aus Angst, ihn vielleicht zu verlieren. Die Frage für uns ist also zunächst: Wie wird sich die schlechte Konjunkturlage auf die Fitnessbranche auswirken?

Geht's der Fitness Branche besser oder schlechter, wenn die allgemeine Wirtschaftslage schlechter wird?

Auf diese Frage hört man unterschiedliche Antworten: Die einen sagen, dass es besser wird, weil die Konsumenten weniger in Urlaub fahren und ihr Geld lieber für Freizeitaktivitäten zu Hause ausgeben. Die anderen sagen, dass das Sparen gerade bei „unnötigen“ Käufen, wie z. B. Fitness, beginnt.

Was für Verwirrung sorgt, ist die Tatsache, dass mehrere Trends gleichzeitig aufeinander treffen. Fitness wird immer populärer und immer mehr Studios eröffnen. Mehr ältere Personen besuchen die Studios und die Anlagen werden immer größer. Daher wird immer mehr Geld in einzelne Studios investiert. Wenn es gleichzeitig einen negativen Trend gibt, kann man diesen nur schwer ausmachen.

Ferner gibt es verwandte Branchen, die gerade dann aufblühen, wenn wirtschaftlich schlechte Zeiten anbrechen. Es ist ein bekanntes Phänomen, dass das Kinogeschäft in den wirtschaftlich düsteren 30er Jahren des letzten Jahrhunderts eine Spitzenzeit erlebte. Und beim gegenwärtigen, weltweiten Wirtschaftsrückgang haben besonders die Hersteller von alkoholischen Getränken zulegen können. Andere, z. B. Reiseanbieter, Autohersteller, haben gelitten. - **Profitiert Fitness?**

Die Antwort lautet, dass es Fitness Studios im überproportionalen Maße schlechter geht als anderen Branchen, wenn eine Rezession anbricht. Dabei handelt es sich jedoch um eine allgemeine Aussage, die den jeweiligen „Einzelumstand“ eines Studios nicht berücksichtigen kann.

Zum Beispiel: Ein Studio, dessen härtester Konkurrent gerade zumacht, erlebt einen Aufschwung, trotz Rezession, während eines, das gerade einen neuen Mitbewerber bekommt, Kunden verliert, selbst wenn die Wirtschaft boomt.

Fitness ist ein stark regionales Geschäft

Es gibt ein gutes Beispiel, das veranschaulicht, wie sich wirtschaftlich schlechte Zeiten auf Studios auswirken können. In meiner Tätigkeit als Berater konnte ich schon einige Fitnessunternehmen beobachten, die in Gebieten angesiedelt sind, in denen z. B. ein großes Werk oder ein Großkonzern die Region dominiert. Schließt das Werk, so ist plötzlich ein großer Teil der Studiokunden und Konsumenten in der Umgebung arbeitslos und daher gezwungen, die Ausgaben zu drosseln. Und wo wird damit begonnen? Bei der Miete? NEIN! Bei der Nahrung? Auch nicht, außer dass Restaurantbesuche weniger werden. Die Antwort lautet, dass die Leute bei sogenannten „diskretionären Käufen“ (das sind solche Ausgaben, die zum Überleben nicht absolut notwendig sind) zu sparen beginnen. Hierzu gehört leider Fitness. In solchen Gebieten steigt sofort die Anzahl der Kündigungen. Gleichzeitig sinkt auch sofort die Anzahl der Interessenten. Viele Gebiete in den neuen Bundesländern sind ein flächendeckendes Beispiel für solche Umstände. Während Studios in ländlichen Gebieten des fruchtbaren Südens eine Rücklastschriftquote von oft nur 1 – 3% erleben, gibt es Gebiete in den neuen Bundesländern, wo sie zwischen 20 und 35% schwankt! Bezieht man das Beispiel auf ganz Deutschland, so sind die Auswirkungen etwas moderater. Aber sie sind trotzdem messbar und, je nach Gebiet, auch spürbar.



Stellenangebot

für ehrgeizige Leute aus der Fitnessbranche!

Mc Consult
Marketing und Seminar Service

...macht Fitnessclubs erfolgreich!
...gehört zu den marktführenden Unternehmen!
...als Arbeitgeber könnte für Ihre Karriere viel bedeuten!

Ihr Profil:

- Sie möchten sich **beruflich verändern** und sind begeistert von unserem einzigartigen Firmenkonzept?
- Ihnen macht der **Umgang mit dem Telefon** viel Spaß und Sie besitzen zudem gute Kenntnisse im Verkauf?
- Man sagt, Sie können **gut mit Menschen umgehen** und besitzen eine freundliche, klare und zielorientierte Art?
- Sie sind **engagiert, ehrgeizig, leistungsorientiert** und möchten beruflich vorankommen?
- Sie sind an **stetiger Weiterbildung** interessiert und haben sich auch in der Vergangenheit z. B. im Bereich Verkauf o. ä. weitergebildet?
- Sie sind **flexibel, belastbar** und erst wenn es stressig wird, macht Ihnen die Arbeit so richtig Spaß?
- Ihre **MS-Office-Kenntnisse** können sich sehen lassen?
- Sie möchten eine **Festanstellung** und können sich vorstellen, im wunderschönen Landshut zu wohnen?

Wenn Sie sowohl interessiert als auch geeignet sind, dann bewerben Sie sich doch einfach als Berater/in und richten Sie bitte Ihre Bewerbungsunterlagen mit Foto und Angaben Ihrer Gehaltsvorstellung sowie einer kurzen Beschreibung Ihrer bisherigen Tätigkeit und dem frühestmöglichen Eintrittstermin an (bitte nur schriftlich):

Mc Consult
Marketing und Seminar Service
www.mcconsult.info

Mc Consult GmbH
Franco Qafoku
Altstadt 195 - 197
84028 Landshut
oder per E-Mail an:
fq@mcconsult.info

Mc Consult
Marketing und Seminar-Service

NEU! Die Mc Consult - Inkassosoftware

Jedes Studio kennt den Fall, dass ein Mitglied nicht bezahlt und ein gerichtliches Mahnverfahren mit Zwangsvollstreckung nicht zum Erfolg führt. Für das Studio bedeutet das meist nicht nur einen Ausfall der Forderung, sondern zusätzlich nicht unerhebliche Kosten für Anwalt oder Inkassobüro.

Wenigstens diese Kosten sind vermeidbar. Es ist keine Kunst und bedarf keines Studiums, selbst richtig zu mahnen, einen Mahn- und Vollstreckungsbescheid zu erwirken und die Zwangsvollstreckung zu betreiben. Die Kosten beschränken sich dann auf die nicht allzu hohen Auslagen für Gericht und Gerichtsvollzieher.

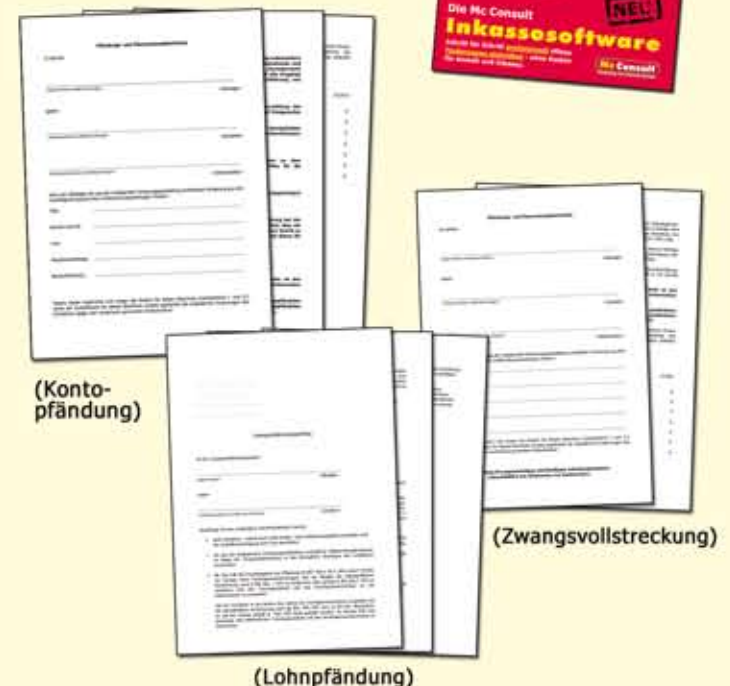
Die von Mc Consult angebotene Inkasso-Software ermöglicht es auch dem Nichtjuristen, mit allen Hilfestellungen, Vorlagen und Anleitungen, wie man selbst richtig mahnt, einen Mahn- und Vollstreckungsbescheid erwirkt, den Gerichtsvollzieher beauftragt, Konten pfändet und so die Kosten einspart, gleichwohl aber wirksam die Vollstreckung betreibt. Anhand von Beispielen und Mustern in der Software wird das Programm Schritt für Schritt so vorgestellt, dass jeder, der mit dem PC umgehen kann, das Programm richtig bedienen kann. **So haben Sie nie mehr Kosten für Anwalt und Inkasso!**

Bestellen Sie die Software jetzt unter:

www.mcconsult.info (Shop)

für nur 49,95 €

(nur kurze Zeit verfügbar)



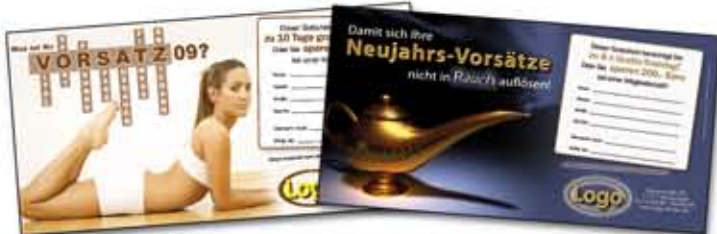
Bei einer Rezession gibt es allgemein weniger Wohlstand. Mehr Leute als sonst müssen den Gürtel enger schnallen. Und das für Fitness-Unternehmer Interessante dabei ist, dass auch solche Leute anfangen zu sparen, die es gar nicht nötig haben. Denn die meisten Studiomitglieder behalten ihre Jobs – trotz Rezession. Ihre Gehälter bleiben gleich hoch. Ihre Ausgaben für Miete usw. bleiben ebenfalls unverändert. Und dennoch lassen sie sich von der allgemeinen Stimmung mitreißen und meinen, jetzt auch sparen zu müssen. Die Situation ist vergleichbar damit, wenn Autofahrer plötzlich langsamer fahren, weil alle anderen um sie herum auch langsamer fahren bzw. schneller werden, wenn die anderen Verkehrsteilnehmer Gas geben. – Was kann getan werden? Die Frage ist:

Wie schützt man sich als Studio-betreiber gegen eine Rezession?

So geht's nicht:

In der Tat gibt es eine Reihe von „Gegenmaßnahmen“, die Sie ergreifen können. Spontan meinen dabei viele, dass Preisnachlässe die Antwort sind. Doch das stimmt nicht. 5 € weniger pro Monat an Beitrag bilden keinerlei Entscheidungsgrundlage für die meisten Kunden. Doch 5 € weniger pro Monat (und Mitglied) für Sie bedeutet unter Umständen den Ruin des Studios – zumindest langfristig. Aber es ist gar nicht nötig, den Beitrag zu senken, denn statistisch erwiesen ist, dass die Tatsache, im Studio persönliche Freunde zu haben sowie die Nähe des Studios zur Wohn- oder Arbeitsstätte weit wichtiger sind als die Höhe des Beitrages, wenn's um die Wahl eines Studios geht.

Überlegen Sie einfach mal selbst, durch welche Werbequelle Sie die meisten Neumitglieder gewinnen. Ohne lange zu überlegen werden Sie spontan antworten „durch die Mundpropaganda“, richtig? Dadurch erkennen Sie selbst, dass es für Neumitglieder viel wichtiger ist, „Freunde und Bekannte“ im Studio zu haben, als 5 € sparen zu können.



Zwei sehr effektive Maßnahmen

Kundenerhalt-Maßnahmen und die zusätzliche Förderung der **Mundpropaganda** sind die wirksamsten Strategien in konjunkturell schlechten Zeiten.

Eine konkrete Art, Mitglieder anzusprechen ist die, allein trainierende Mitglieder und Neumitglieder gleich zu Beginn darauf aufmerksam zu machen, dass es doch mehr Spaß machen würde, gemeinsam mit einem Freund zu trainieren. Danach überreichen Sie einfach einen Gutschein (oder besser eine schön gestaltete Einladungskarte) für den Freund bzw. Bekannten mit der Begründung, man wolle dem Mitglied helfen, mehr Spaß am Training zu haben. Das kostet Sie nichts und kurbelt die Mund-Propaganda (und Konjunktur) Ihres Studios enorm an.

In diesem Zusammenhang könnten Sie Folgendes auch noch ganz einfach umsetzen: Führen Sie ein, dass Ihre Mitarbeiter jeden Tag bei Dienstende melden, wie viele Gutscheine bzw. Einladungskarten sie heute verteilt haben. Bei z.B. 500 Mitgliedern stellt es keine Schwierigkeit dar, 2 bis 4 Einladungen pro Tag zu verteilen. Folgen Sie dem Beispiel vieler amerikanischer Studios, die gerade jetzt, in den sehr schwierigen Zeiten, den Schwerpunkt ihrer Werbung auf den Einsatz von persönlichen Einladungskarten legen (obwohl in den USA Werbung über TV, Radio, Zeitung und Post sehr günstig ist).

Kundenerhalt durch soziale Kontakte unter den Mitgliedern fördern!

Weiter sollten verstärkt die sozialen Kontakte unter den Mitgliedern gefördert werden. Mitgliederspiele, Events, Club- u. Outdooraktivitäten sind einige Beispiele, die dazu geeignet sind, freundschaftliche Beziehungen unter den Mitgliedern entstehen zu lassen. Der Vorteil für Sie: Den Mitgliedern fällt die Entscheidung, auf den Freundeskreis zu verzichten, viel schwerer als ein Verzicht auf das Training – sie bleiben!

Prüfen Sie bei Neukunden z. B. anhand einer **Checkliste**, ob alle Kontaktmöglichkeiten genutzt wurden. Diese sind u.a.:

- Begrüßungsanruf des Chefs
- Willkommen-Anschreiben (mit Gutscheinen für Freunde)
- Für weibliche Mitglieder: Blumengrüße nach Hause schicken
- Zur Welcome-Party einladen
- Einweisungs- und Folgetrainingstermine vereinbaren

Diese Liste können Sie selbstverständlich weiter ausbauen und Ihrer Kreativität freien Lauf lassen. Wichtig ist nur: Sorgen Sie dafür, dass alle diese Maßnahmen innerhalb der **ersten 8 Wochen** jeder neuen Mitgliedschaft umgesetzt und durchgeführt werden.

Bei bestehenden Mitgliedern eignen sich folgende Maßnahmen, die jeder ganz einfach und kostengünstig umsetzen kann, um die Kundenbindung zu fördern:

- Die einfachste dieser Möglichkeiten ist die Begrüßungsüberraschung zu besonderen Gelegenheiten: Mitglieder werden mit einem Cocktail oder Clubgetränk vor dem Training begrüßt. Zu besonderen Anlässen wird das Begrüßungskomitee entsprechend gekleidet (z. B. Halloween – als Gruselfiguren, Ostern – als Hasen, Nikolaus – als Nikoläuse usw.)
- Zum Valentinstag können Rosen und zu Ostern Ostereier und zu Weihnachten Nikoläuse unter den Mitgliedern verschickt werden. Oder das Mitglied findet seine Überraschung erst im Garderobenschrank – etwa einen Gutschein. Auch können solch positive Erlebnisse während des Trainings geboten werden, indem Mitarbeiter z. B. überraschend Erfrischungen oder Süßigkeiten verteilen.



- Zum Geburtstag erfolgt natürlich ein persönlicher Anruf vom Chef. Und wenn das Mitglied an diesem Tag im Studio erscheint, findet es im Garderobenschrank eine kleine „Geburtstagsüberraschung“ samt Gratulationskarte vor. Bereiten Sie dazu täglich sowohl in den Damen- als auch in den Herrenumkleiden einen Spind vor, der bereits entsprechend ausgestattet ist. An Hand Ihrer Computersoftware erkennen Sie beim Einchecken des Mitglieds, dass es sich um ein „Geburtstagskind“ handelt und Sie teilen ihm genau den Garderobenschlüssel des Spindes zu, der entsprechend ausgestattet ist.

- Verlosungen und Mitgliederspiele können veranstaltet werden, darüber hinaus bietet sich ein Animationsprogramm mit Partys, Wettbewerben, Ausflügen und Spielen an.



- Zur Kundenbindung trägt ferner der Versand von Geburtstagsgrüßen bei. Diese sollen so individuell wie möglich gestaltet werden. So wird es den Mitarbeitern möglich, auf einer persönlichen Ebene mit den Kunden in Kontakt zu kommen.

Wenn Sie die richtige Strategie wählen, kann Ihr Studio aufleben, während die anderen kämpfen müssen.

Bei den oben genannten Praxisbeispielen handelt es sich ganz absichtlich um einfache und kostengünstige Maßnahmen, die Sie sofort umsetzen können. Selbstverständlich gibt es eine ganze Palette an weiteren - noch effektiveren - Maßnahmen, mit denen Sie GERADE in schwierigen Zeiten als Gewinner hervorgehen können. Mein Team und ich freuen uns darauf, Sie bei der richtigen Strategiewahl beratend unterstützen zu können – rufen Sie uns einfach an, wir helfen gerne!

Mc Consult -
alle Leistungen
ab nur mtl.

199.- €

Gültig bis 15.12.2008

Unsere Unterstützung!

Wenn Sie Fragen zu diesem Artikel haben und weitere Hinweise zur Umsatzsteigerung wünschen, so rufen Sie uns einfach an. Wir helfen Ihnen gern weiter!

Sie erreichen uns unter:

Telefon: 0700 / 91 99 99 99
Fax: 0700 / 91 99 99 91

Mc Consult GmbH
Altstadt 195 - 197, 84028 Landshut



Franco Qafoku gilt als einer der führenden Marketing- und Managementexperten der Fitnessbranche. Seine Aussagen basieren auf unzähligen Analysen aus der Zusammenarbeit von bisher mehr als 700 Fitnessclubs. Er ist Autor verschiedener Fachbücher für das Fitnessmanagement. Eine Vielzahl seiner Managementberichte werden in der europaweit führenden Fitness-Fachzeitschrift veröffentlicht. Im Jahre 2006 erhielt er einen Eintrag im "Who is Who" der Bundesrepublik Deutschland. Er ist Gründer und Geschäftsführer der mehrfach AWARD- ausgezeichneten Firma Mc Consult GmbH, von der sich derzeit mehr als 400 Fitnessanlagen im Dauerverhältnis professionell unterstützen lassen.



Marketing und Seminar-Service

Bestell-Hotline:

Telefon: +49 (0) 881 / 60 00 59 - 60
Fax: +49 (0) 881 / 60 00 59 - 10

Trifflhofstraße 57 • 82362 Weilheim

info@fitnessgrosshandel.de • www.fitnessgrosshandel.de



DFG Sirup-Schankanlage

DFG Sirup-Schankanlage ist ein echter Alleskönner. Durch die neuartige Konstruktion kann das System komplett auf Ihre Wünsche konfiguriert werden.

Was ist die DFG Sirup-Schankanlage:

- Ihre flexible Getränkefabrik. Vom Sprudelwasser bis zum Mineral-Drink
- produziert sowohl stille als auch sprudelnde Getränke
- kinderleichte Handhabung und Pflege
- skalierbar auf Ihre individuellen Bedürfnisse und Mengen

Die Vorteile der DFG Sirup-Schankanlage:

- keine lästiges Dispenser-Putzen mehr
- sehr einfache Reinigung (nur alle 3 Monate)
- mit Sprudel- (CO²) oder stillem Wasser, gekühlt
- Freischaltung über alle Kartensysteme + Fingerprint optional möglich
- Voreinstellung über Portionierung optional möglich (Bsp. 0,5 Liter)
- geeignet für jegliche Drinkgläser bzw. Flaschen (z. B. 0,5 l und 0,8 l)
- Mischungsverhältnis leicht selber einstellbar
- Fertiggetränk produziert aus Sirup in verschiedenen Geschmacksrichtungen
- vereinfachter Arbeitsablauf
- spart enorm Zeit & Geld
- geeignet für Bedienung oder Selbstbedienung
- extrem Stromsparend durch Trockenkühlung
- Einbau für jede Theke möglich
- Einbau inklusive

