

BODY MEDIA[®]

SONDERDRUCK
Auszug aus der Ausgabe 1-2016

Deutschland 10,00 €



Digitale Zukunft:
So verändert die Technik
unsere Branche

Der Digitale Club der Zukunft



Text Roman Schellenberg

Stillstand ist Rückschritt – in kaum einer anderen Branche wird diese Phrase so konsequent eingehalten wie in der Fitnessbranche. Immer einen Schritt voraus – und das mit Kontinuität. Doch wie kann sowas im konkreten Fall aussehen? Ein vortreffliches Beispiel, wie fortschrittliches Arbeiten mit Digital-Systemen funktioniert und wie dieses fest in den Tageszyklus eines Clubs integriert wird, zeigt das MyGym active in Bochum. Diesen nahm BODYMEDIA etwas genauer unter die Lupe.

Das MyGym active eröffnete zum 30.10.2015. Mit einem Re-branding, einem neuen Namen sowie einem neuen Konzept wurde der bisherige Club, der kurz vor dem Aus stand, einer Generalüberholung unterzogen. Es war eine bauliche Sanierung notwendig, die im August und September stattfand. Mit neuen Saunen, Nasszellen und Fußböden wurde außerdem die Trai-

ningsfläche modernisiert und um einen neuen größeren Functional Bereich sowie einen ganz neuen Freihantelbereich von Gym80 erweitert. Fast noch wichtiger als die Sanierung der Räumlichkeiten war die Sanierung der Arbeitsabläufe – das Motto dieser „Sanierung“ ist der „Club.20-20“, einer nahezu vollen Integration digital-systemischer Lösungen. Denn selbst der

schönste Club bringt als Fassade wenig, wenn im Kern weiterhin mit veralteten Methoden gearbeitet wird.

Dieses Umdenken war unbedingt notwendig, denn gerade in einem Ballungsraum wie Bochum gibt es einen Markt, in dem die Konkurrenz einander aussticht, immer mehr Leistung für weniger Geld gefordert



Die Köpfe hinter MyGym active: Christian Hörl (links) & Sigggi Manz (rechts) mit Club-GF Dirk Beisel (mitte)

wird und ein Kampf um Marktanteile das unternehmerische Handeln bestimmt. Hier gilt es, sich klar zu positionieren und eine zukunftsfähige Strategie zu entwickeln, um im Umfeld von den inzwischen deutschlandweit etablierten Studios von McFit, Fit X, CleverFit und co. wettbewerbsfähig bleiben zu können.

„Club.20-20“ oder digital-systemisch

Zunächst einmal muss man hierzu wissen, wo die Anfänge dieser Entwicklung liegen, beziehungsweise, bei wem. Siegfried Manz – vielen aus der Branche einfach nur bekannt als „Sigggi“ und Kopf der Happy Systems GmbH – kann inzwischen 20 Jahre Erfahrung für digitale Lösungssysteme für Fitness-Studios vorweisen. Mit „Hector“ entwickelte er ein zukunftsweisendes Mitgliedermanagementsystem, welches zehntausende Kunden erfasste und begleitete und es auch heute noch tut. Christian Hörl, Betreiber des Vita Clubs in Salzburg mit 25 Jahren Erfahrung und Know-how, ist gleichzeitig bestens vertraut mit allen Lösungen von Hector und gründete mit Sigggi Manz die Firma DSB – Digital systemische Betriebskonzepte mit Sitz in Salzburg. Die Vision: digital-systemische Betriebskonzepte auf einer ganzheitlichen Ebene.

Ziel dieser Firma ist die stetige Erweiterung und Verbesserung bisheriger Systemanwendungen, die für den Cluballtag zugeschnitten sind. Durch die Möglichkeit der Vernetzung ist eine umfassende Datenauswertung möglich, da hier keine Schnittstellen erforderlich sind, sondern alle Systeme (auch diejenigen, die noch in Entwicklung sind) auf derselben Basis aufbauen. Das MyGym active in Bochum ist der erste Club.20-20, quasi der Prototyp für einen Club, wie er im Jahr 2020 sein sollte – fortschrittlich, ausgestattet mit der neuesten Technik, sowohl im Bereich der Geräte wie auch in der EDV, mit determinierten, verein-

fachten, aber gleichzeitig effizienten Arbeitsabläufen. Nach diesem Vorbild möchte die DSB mit allen Möglichkeiten von „Hector's Welt“ weitere Clubs einen Schritt nach vorne führen.

Konkrete Verbesserungen in der Praxis

Mit einem virtuellen 3D-Rundgang auf der Homepage konnte sich der Interessent noch vor der Neueröffnung ein Bild vom MyGym machen, auch wenn das Studio im echten Leben vielmehr einer Baustelle gleich. „Betrat“ man den Empfang, führte ein Link direkt zur Online-Anmeldung. Das Ergebnis: 40 % aller Neumitgliedschaften konnten im ersten Halbjahr 2015 schon direkt online verbucht werden, ohne dass im „realen Leben“ ein Finger gekrümmt wurde oder der neue Club gar existierte. Der 3D Clubrundgang ermöglicht eine viel höhere Einbindung und Teilnahme des Users, als es schöne Fotos bzw. Aufnahmen auf der Website jemals ermöglichen könnten.

Alle Online-Anmeldungen werden ohne weitere Umwege sofort von Hector eingebucht und gleich beim nächsten Lastschriftverfahren berücksichtigt, ohne dass

der Kunde ein zusätzliches Einverständnis abgeben muss. Der Kunde erhält seine Formulare direkt per E-Mail zugesandt. Dem Grundsatz des papierlosen Büros wird dahingehend Rechnung getragen, dass Kunden, die sich im Club für ein Abo entscheiden, dies am iPad selbst eingeben können. Von einem Mitarbeiter final geprüft geht sodann alles vollautomatisch seinen gewohnten Gang in die Systemzentrale und die Hector-Datenbank, ohne dass haufenweise Karteien angelegt werden müssen. Auch bei der Kursbuchung kann alles bequem per App geregelt werden. Durch die Terminsoftware „Hec-in-time“ werden alle Daten in Echtzeit übertragen, sodass im Club sofort alle Verantwortlichen über die Buchung benachrichtigt werden. Bei Indoorcycling oder Power Plate-Kursen beispielsweise, wo nur eine begrenzte Anzahl an Geräten zu Verfügung steht, kann jeder, sei es Mitglied oder Mitarbeiter, mit ein paar Klicks den aktuellen Stand abfragen. Das entlastet wiederum sehr den Empfang an der Zentrale, die früher die Information am Telefon aufnehmen und an die Kursleitung weitergeben musste. „Die Zeiten, als morgens pausenlos das Telefon klingelte, gehören bei uns längst der Vergangenheit an“, so Dirk Beisel, Geschäftsführer des MyGym active. Die „Hector“ Kurssteuerung an jedem Kursraum macht dann das System rund. Jeder Kursteilnehmer bestätigt bei Betreten der Kursräume kurz durch Vorhalten der Mitgliedskarte seine Anwesenheit. So kann die zuvor online erfolgte Buchung bestätigt werden und der Club hat eine lückenlose Statistik, um die zukünftige Kursplanung anhand der Auslastungszahlen perfekt planen zu können.“

Auch der Verkauf von sämtlichen Thekenprodukten wie Eiweiß, Riegeln und Getränken läuft vollautomatisch. Hat das Mitglied Durst, aber noch kein Getränke Abo, ent-

Das Mitglied kann sich selbst einfach einen User-Account erstellen und so z.B. selbständig Kurse reservieren, Trainer buchen, Freunde empfehlen, Kontostand prüfen, seine Daten der Mitgliederverwaltung bearbeiten u.v.m.





Vor jedem Kursraum steht ein „Kurs-Info & Anmeldeterminale“. Das Mitglied sieht den Kursplan als Gesamtübersicht auf einem großen Monitor und kann sich unterhalb am Anmeldeterminale zum nächsten Kurs anmelden

fällt auch hier der Weg zum Mitarbeiter. Das notwendige Zusatz-Abo kann das Mitglied schnell und einfach am „Connector“, einem Touch-Screen PC, buchen und gleich im Anschluss an der Getränke Theke bedienen. Alles, was dazu benötigt wird, ist die Mitgliedskarte – welche das Mitglied immer dabei hat. „Eine Quote von rund 33 % bei den Getränkeabos zeigt uns die Zufriedenheit der Mitglieder mit dem System eines personalfreien Bistros“, so Dirk Beisel.

Neben dem „Connector“, der alle möglichen Zusatzabos im Club schnell und einfach buchbar macht, ist ein weiterer wesentlicher Bestandteil des Systems der „X-Cash“ Automat. „Hier zahlt das Mitglied einfach und schnell Geld ein, ob für säumige offene Abo-Beträge oder einfach nur für das Bistrokonto, um mal eben einen Kaffee zu trinken, ohne dass ein Mitarbeiter helfen muss“, so Dirk Beisel. Auch die Kaffeemaschine im Club hat eine „Hector“ Steuereinheit und so kann jedes Mitglied automatisch bedient werden.

Auf die Frage, wie die Mitglieder die Technik und die Erweiterungen aufnehmen und ob es nicht etwas befremdlich auf sie wirkt, entgegnet Dirk Beisel: „Im Gegenteil. Unsere Mitglieder erkennen schnell die Vorteile des Systems, da unsere Mitarbeiter jetzt mehr Zeit für sie haben und nicht ständig zum Telefon rennen, Listen pflegen, Kaffee

oder Riegel ausgeben, kassieren oder im Büro Abos einbuchen müssen. Verglichen mit früher sparen wir darüber hinaus Einiges an Personalkosten, da unsere Mitarbeiter sich voll und ganz auf die Trainingsleistung konzentrieren können.“

Der Hintergrund für die fortschreitende Digitalisierung

Sicherlich ist auch der momentane Zeitgeist Auslöser dieser Entwicklung. Der Kunde von heute ist mündig und macht alles selber, was er selber machen kann. Er bucht einen Flug selber. Er kauft selber on-

line ein. Warum sollte es also nicht möglich sein, eine Mitgliedschaft selber zu kaufen, anstatt sie sich verkaufen zu lassen? Der zunehmende Prozess der Digitalisierung in Fitness-Studios hat inzwischen unzählige Abläufe vereinfacht, aber noch nicht den wichtigsten: Den Verkauf einer Mitgliedschaft. Klar: Für viele Clubs ist es selbstverständlich, dass man zu dem Kunden, bevor dieser ein Teil der „Studio-Community“ wird, eine persönliche Beziehung aufbaut und man sich gegenseitig noch ein wenig beschnuppert. Das setzt eine Premium-Betreuung voraus und macht langfristig auch

Um eine möglichst hohe Quote von zusätzlichen Getränkeabos zu erreichen sind im Club gleich 4 „Frutti-Drink“ Theken für einen optimalen Getränkeservice verteilt





Das „SB-Bodylover Bistro-System“ bietet u.a. „Kaffee-Abos“ aus dem WMF-Vollautomat und „Best-Price“ Abos, mit Nahrungsergänzung zum Großhandelspreis

Sinn. Die treuesten Mitglieder sind diejenigen, die zwischen sich und dem Clubleiter bzw. den Mitarbeitern ein warmes und sehr freundschaftliches Verhältnis sehen, anstatt nur eine zweckmäßige „Eine Hand wäscht die andere“-Beziehung.

Und dennoch: Wie bereits angerissen, liegt in dem digitalisierten Verkauf ein entscheidender Vorteil. Noch bevor der Kunde einen Fuß in den Club gesetzt hat, bevor er ein Telefonat getätigt oder weitere Beratungsleistungen in Anspruch genommen hat, bevor er die Betreuungs- und Arbeitszeit der Mitarbeiter für sich genutzt und damit Kosten „verursacht“ hat, schließt er eine Mitgliedschaft ab, weil ihn das Online-Angebot auf der Website bzw. der App überzeugt. Und darin wird sicher auch die Zukunft liegen. Wenn jemand eine Dienstleistung oder ein Produkt unbedingt möchte, weil dessen Bedürfnis durch den Kauf befriedigt wird, dann wird derjenige auch keinen Verkäufer brauchen, der ihn von seinem Angebot überzeugen muss oder gar – aus welchen Gründen auch immer – davon abschreckt. Langfristig gesehen ist, wie vorhin erwähnt, eine enge freundschaftliche Bindung sowie das stete Gefühl des Willkommenseins essentiell, da ist es mit der reinen Digitalisierung natürlich nicht getan. Allerdings kann sie den Einstieg viel leichter und unkomplizierter machen.

Der wesentliche Gedanke beim Personaleinsatz ist...

...es muss dem Mitglied dienen, seine Bedürfnisse befriedigen. Bei der Kernleistung eines Fitnessclubs – dem Training – begleiten, motivierende Kurse, Small-Groups sowie Personal-Trainings geben. Der Empfang ist immer bereit, freundlich Auskunft zu erteilen – dabei aber so wenig wie möglich operative Pflichten für den Betriebsablauf zu haben. Das bedeutet dann wirkliche Kundenbetreuung. Alle profanen Prozesse wie Geld kassieren, Telefonieren, Verwalten, Kontrollieren, Überzeugen und Verkaufen sind keine Leistungen, die dem Mitglied ganz direkt dienen. Die Überzeugung der DSB ist, dass so viel Zeit und Energie des

Vorteile und Risiken des Online-Handels

Der Verbraucher von heute ist vorsichtiger denn je. Er schließt nur dann einen Kauf online ab, wenn er wirklich davon überzeugt ist. Berichte im Fernsehen über Betrügereien, die Tücken des Online-Handels oder Tipps beim Online-Kauf gibt es genug. Wer sich beispielsweise Schuhe online bestellt, schaut sich die Detailansicht aus allen Perspektiven an, checkt die Bewertungen und vergleicht Anbieter A mit B, auch wenn es sich nur um ein paar wenige Euro handelt. Dieses generelle Misstrauen ist auch berechtigt, denn nicht wenige Online-Shops schlagen hier einen Vorteil daraus, faken Bewertungen oder gar die Angebote, indem die Preise von einem horrenden Be-

Der Prozess der Digitalisierung hat unzählige Abläufe vereinfacht

Personals wie möglich und den damit verbundenen Kosten direkt in das Mitglied investiert werden – völlig unabhängig, ob es sich um einen Discount- oder Premium-Betrieb handelt. Denn das ist immer der richtige Weg. So waren auch das komplette Auflösen des Büros und der eigenen Mitgliederverwaltung im MyGym active in Bochum die konsequenten Schritte in Richtung Optimierung und langfristige Wettbewerbsfähigkeit.

trag herungesetzt werden und betont wird, wie viel man beim Kauf spart. Anders dagegen auf dieser Homepage, was bedeutet, dass sie nicht mit Angeboten und Slogans vollgepackt werden, sondern stattdessen dem Kunden mehr Inhalte zur Einsicht liefern sollte, die mit wenigen Klicks abrufbar sind. Hierzu ist der virtuelle 3D-Clubrundgang optimal. Je mehr der Kunde von vornherein über den Club und von den



Das MyGym active legt Wert auf helle, saubere Trainingsflächen und eine zum Training motivierende Atmosphäre

Vorteilen weiß, desto besser. Das erspart auch einige Fragen im Beratungsgespräch.

Die clubeigene App ist wohl der größte „Arbeitabnehmer“ beim Konzept des „Club.20-20“. Bei Eingabe des Studios über google gelangt man schnell zum Appstore und kann sofort einen virtuellen Rundgang machen. Hier wird der Kunde nicht von einem Vertreter oder Verkäufer von Station A bis zu Station Z herumgeführt und jede einzelne Leistung präsentiert – durch die App kann er sich selbst in Eigenregie führen und entscheidet selbst, was ihn im Club interessiert und was er lieber links liegen lässt. In einem herkömmlichen Rundgang hat der Kunde oft nicht die Chance, sich genau das herauszupicken, was ihm gefällt. Den Betreuern geht es in erster Linie nämlich darum, dem Kunden einen Gesamtüberblick zu verschaffen, ganz nach dem Motto: „Schau mal, das alles haben wir hier unter einem Dach und das darfst Du alles nutzen!“ Schließt ein Kunde seinen Mitgliedsvertrag online ab, hat er immer noch 2 Wochen volles Rücktrittsrecht ohne die Angabe von Gründen. Das schließt die Gefahr von einem überrumpelten Kaufverhalten aus und bietet zusätzliche Sicherheit.

Anhand ihres „Prototypen“ MyGym active sehen Siggie Manz und Christian Hörl ihre Aufgabe darin, weitere Clubs für die Umstellung in ein „Digitales Regiment“ zu be-

geistern und den Workflow insgesamt zu optimieren. Dabei geht es nicht allein nur um Personaleinsparung. Denn wo für Menschen gearbeitet wird, dort werden weiterhin auch Menschen benötigt – so viel Flexibilität wird das noch so gut durchdachte Computersystem nicht bieten wie ein Mensch aus Fleisch und Blut, der sich eines Problems annimmt, Lösungsvorschläge entwickelt und dabei die nötige Empathie zeigt. Da ist das Szenario, wie es in vielen Science-Fiction Filmen mit künstlicher Intelligenz vorgelebt wird, noch weit entfernt. Aber es wird auch in Zukunft darum gehen, ein in sich bewährtes und durchdachtes Konzept als einen festen Arbeits-

prozess zu definieren, welcher auch von Laien schnell und einfach adaptiert werden kann und wo auch die Relation zwischen Arbeitsaufwand und Effizienz stimmt. Die Faszination, neue Wege zu gehen und damit sein Geld zu verdienen, bleibt ungebremst.

„Die Entwicklung geht in allen Bereichen weiter und wir sind überzeugt, schon heute Lösungen für die Zukunft gefunden zu haben, nicht nur für den Standort Bochum“, so Siggie Manz. „Jeder interessierte Clubbetreiber ist herzlich eingeladen, sich die Lösungen vor Ort anzuschauen und im „Live-Betrieb“ zu testen!“

Happy Systems GmbH

Am Leinwedel 6

74889 Sinsheim

Tel.: + 49 (0) 7261 94 88-00

Fax: + 49 (0) 7261 94 88-20

E-Mail: info@hector.de

www.hector.de

