



Foto: DANIEL DOEBLER

MYGYM private Sinsheim

100 Prozent Flexibilität

Das MYGYM private in Sinsheim bietet seinen Mitgliedern Spaß am Training, eine moderne Ausstattung und Geräte in einem freundlichen und einladenden Ambiente. Das Boutique-Studio ist als „fares Fitnessstudio“ positioniert, in dem die Mitglieder nur die Leistungen bezahlen, die sie auch tatsächlich nutzen, 365 Tage im Jahr, ohne Vertragslaufzeit.

Der Name „MYGYM private Sinsheim“ erklärt schon das Markenversprechen: Der Endkunde stellt „sein“ Studio und „sein“ Training so zusammen, wie er es wünscht. Der Zusatz „private“ beschreibt den MYGYM Betriebstyp: bis ca. 500 Quadratmeter Grundfläche, mit dem Charakter eines „privaten“ Trainingsraumes von „nebenan“, was auch bedeutet, dass beim eigenen täglichen Workout nicht zu allen Öffnungszeiten Trainerpersonal anwesend ist.

Die Positionierung des MYGYM private Sinsheim

Das MYGYM private Sinsheim ist ein typisches Boutique-Studio, das Menschen anspricht, die eine hohe Online-Affinität haben, sich ein angenehmes, wohnortnahes Trainingsangebot für ein regelmäßiges Training wünschen und nicht bereit sind, für Produkte und Dienstleistungen zu zahlen, die sie nicht in Anspruch nehmen oder auf die sie keinen Wert legen. Je nach individueller Präferenz können ausgehend von der Basismitgliedschaft besondere Zusatzangebote wie z. B. Functional Trainingskurse oder Getränke dazu gebucht werden. Eine professionelle Trainingsbetreuung wird über – ebenfalls auf Wunsch individuell zubuchbare – Personal-

Trainings-Angebote sichergestellt. Weniger trainingserfahrene Neumitglieder können als Einstieg den § 20 zertifizierten Kurs „Fitnessführerschein“ absolvieren.

Volldigitalisiert und -vernetzt

Das MYGYM private Sinsheim ist vollkommen digitalisiert und vernetzt. Beginnend mit der Onlinemitgliedschaft über die digitale Konfiguration der individuellen Zusatzangebote bis hin zu den SB-Automaten im Servicebereich steuert der Kunde das Studio komplett über seine Clubkarte oder sein Mobiltelefon, das z. B. auch als Instrument für den Check-in (QR-Code) dient. Alle Mitarbeiter müssen über eine entsprechende Trainerqualifikation verfügen. Da es keine Servicemitarbeiter gibt (SB-Terminals im Bistrobereich), übernimmt das Trainerteam auch die Betreuung des Servicebereiches und sorgt für Sauberkeit und eine angenehme Trainingsatmosphäre. Die Mitarbeiter sind analog zur Zielgruppe sehr online-affin und jederzeit in der Lage, die Kunden bei der Bedienung der Terminals und der Administration ihrer Abonnements zu unterstützen.

Das Boutique-Konzept

Das Studio ist in die Grundfläche (ca. 400 m²) und die Empore (ca. 80 m²) aufgeteilt, wobei die Grundfläche nochmals in zwei unterschiedliche Areale aufgegliedert werden kann. Auf der ersten Hälfte der Grundfläche befinden sich der Cardio-, der Bistro- und der Kraftbereich. Die zweite Hälfte der Grundfläche konzentriert sich mehr auf das freie bzw. fortgeschrittene Krafttraining, z. B. am Functional-Tower, und auf Small-Group-Kurse. Auf der Empore findet man den Kurzhantelbereich, Krafttrainings- und Rudergeräte. Einen Wellness- oder Physiobereich gibt es nicht.

Woher kam der Impuls zur Eröffnung des ersten MYGYM?

MYGYM private ist ein serienreifes Boutique-Konzept speziell für Existenzgründer. Zu Beginn der Selbstständigkeit werden Gründer in die Lage versetzt, mit nur wenigen Betreuungsstunden pro Tag ein Studio zu eröffnen. Mithilfe der volldigitalisierten Ausstattung können sich Betreiber und Mitarbeiter ausserdem zu 100 Prozent auf den Trainingsbetrieb konzentrieren. Bei steigender Mitgliederzahl und damit auch steigenden Umsätzen können die Betreuungsstunden und der Personalstamm leicht den aktuellen Gegebenheiten und den wirtschaftlichen Möglichkeiten angepasst werden.

Das Franchisekonzept MYGYM

„Flexible Mitgliedschaften mit maximaler Kundenorientierung“

Siegfried Manz verfügt über 25 Jahre Berufserfahrung in IT-Systemen für die Fitnessbranche. Als Inhaber der Firma Hector und Geschäftsführer der DSB -digital systemische Betriebskonzepte GmbH ist er Experte, wenn es darum geht, digitale Prozesse im Club zu organisieren.

Wie ist das Studiokonzept MYGYM entstanden und wie kam es im Weiteren dazu, daraus ein Franchisekonzept zu entwickeln? Woher kamen jeweils die Impulse?

Siegfried Manz: Das MYGYM Konzept ist im Jahr 2011 in Zusammenarbeit mit meinem langjährigen Geschäftspartner und Freund Christian Hörl entstanden. Er suchte eine Möglichkeit, in der Region Salzburg mit einem neuartigen „smarten“ Studiokonzept neue, bislang von ihm noch nicht bediente Zielgruppen zu gewinnen. Zu diesem Zeitpunkt betrieb Christian Hörl bereits sehr erfolgreich mehrere Premiumanlagen. Auf Basis seines 30-jährigen Betreiber-Know-hows und meiner nun 25-jährigen Expertise als Dienstleister für Fitnessclubs im Online- und IT-Bereich ist das voll-digitale Fitnessstudio-Betriebskonzept entstanden, das die Grundlage für die Marke MYGYM bildet.

In welchen Bereichen lag bei der Ausgestaltung des MYGYM Konzeptes Ihr Hauptaugenmerk?

Siegfried Manz: Ganz klar in einer maximalen Kundenorientierung. Wir wollten vom ersten Tag an eine extrem an die Bedürfnisse eines modernen Konsumenten angelehnte Fitnessmarke schaffen, die sich durch sehr flexible Mitgliedschaftsmodelle, kurze Vertragslaufzeiten und niedrige Eintrittshürden auszeichnet. Dadurch haben wir erreicht, dass wir derzeit über 70 Prozent unserer Mitgliedschaften bereits online außerhalb des Studios abschließen. Tendenz steigend!

MYGYM Studios sind weder reine Discount- noch reine Premiumanlagen. Bei MYGYM kann sich jedes Mitglied seine Mitgliedschaft exakt so konfigurieren, wie sie zu ihm und zu seinen aktuellen Bedürfnissen passt. Je nach Anlagentyp können somit bequem Kurse, Sauna, elektronische Zirkel, Lichttherapie u. v. m. modular dazu gebucht werden – ganz so, wie der jeweilige Standort diese Leistungen vorhalten kann oder will.

Wodurch unterscheiden sich die MYGYM Studios von anderen Studios? Was ist das Alleinstellungsmerkmal bzw. der USP für die Franchisenehmer?

Siegfried Manz: Der USP liegt in der umfassenden Digitalisierung und den zentralen Services für den Franchisenehmer, die ihn und seine Mitarbeiter maximal von zeitraubenden Alltagsaufgaben entlasten. So kann er sich ganz auf das Kerngeschäft Training bzw. Trainingsbetreuung konzentrieren.



Die Marke MYGYM transportiert bereits im Namen das Programm und auch direkt die Information für die Zielgruppe, um welches Angebot es sich handelt. Ein Franchisenehmer muss nicht entscheiden, ob er lieber eine Discount- oder Premiumanlage betreiben möchte. Ein MYGYM Studio deckt unterschiedlichste Zielgruppen ab und lässt stark voneinander abweichende Mitgliedschaftspreise zu.

Ein weiterer USP ist, dass diverse Fitnessflächengrößen von 400 bis 3.000 Quadratmeter mit dem MYGYM System betrieben werden können. Das erlaubt dem Franchisenehmer auch in kleineren Einzugsgebieten kleinere Clubs oder in der Stadt entsprechend größere Clubs erfolgreich zu platzieren.

Ebenso ist die Angebotsvielfalt, die der Franchisenehmer zur Verfügung stellen will, ganz ihm überlassen. Ob Sauna, Kurse oder Zirkel – das Mitglied wählt seine Module dank der mit der Verwaltung vollintegrierten Club-APP oder am SB-Terminal im Club selbst hinzu oder ab. Eine „klassische“ Verkäufertätigkeit oder gar Vertriebsmitarbeiter sind im MYGYM System nicht mehr notwendig. Ebenso entfällt das komplette Backoffice und die Verwaltung – das Mitglied verwaltet sich im Wesentlichen selbst und der Rest wird für ganz kleines Geld outgesourct. ■