

Zigarillo statt Klimmzug

LIFESTYLE

Gerade erst wurde die Fitness-Welle vom Wellness-Trend überholt, und schon gelten Geselligkeit und Kommunikation als angesagt. Ist das der Sieg der Sport-ist-Mord-Fraktion?

Ein typischer Club. Abends um acht, in Deutschland: ein leerer Raum. Im Halbdunkel stehen dicht gedrängt eine Unzahl edler Rennräder, von der Decke hängen fette Lautsprecher. Aber Grabesstille. Nur ein dezent verbliebener Schweißgeruch erinnert an den früheren Andrang, als Spinning topaktuell war.

Vor zwei Jahren hatten in US-Clubs pensionierte original Marines mit Kampfanzug und Trillerpfeife als Drill Sergeants der gut verdienenden New Economy Beine gemacht. Heute kommt aus England der Trend zu gemütlichen Leder-Fauteuils, von denen aus man den letzten hartnäckigen Muskelfetischisten hinter einer Glasscheibe zuschauen kann. Zigarre gefällig?



Spaß. Spaß. Spaß.

Ein halbes Jahr vergeht in der Welt der Fitness schneller als in der Mode. Dabei zeichnet sich – aktuell – ab, dass Kommunikation und Clubleben wichtiger zu werden scheinen als Beinpresse und Butterfly. Während man sich in den letzten Jahren im Studio stählen wollte für die Anforderungen der Karriere, befriedigt der Club jetzt stärker den Drang nach Belohnung. Der Tag war hart genug, jetzt gehe ich in den Club und lasse es mir gut gehen. Das ist die logische Konsequenz aus der DSSV-Studie 2000: 77% der Besucher wollen vom Alltag abschalten und 83% möchten Spaß haben.

Schon ist erkennbar, dass an der Bar der Caipirinha den Vitamindrink aus dem Rennen wirft. Für das künftige Wohlbefinden dehnen sich die Flächen für luxuriöse Nassbereiche, Sauna, Solarium und Ruhezonen aus, der Kardiobereich schrumpft. Nach und nach werden aus Maschinsälen mit blinkenden Digitaldisplays sympathische Ferienclubs für den Kurzurlaub nach dem täglichen Job.

Mit dem veränderten Nutzungsverhalten wandeln sich auch Trends in Materialien und Farben. Chrom und schwarzes Leder sind von gestern, mediterranes Ambiente mit aufwändigen Fliesenarbeiten und Naturhölzern ist in. Und erste Entwürfe sehen bereits Lounge-Atmo mit offenem Kamin vor.

Aber wer weiß, was in einem Jahr angesagt ist?



Gute Zeiten, schlechte Zeiten?

► BERATUNG

Letztes Jahr noch haben die neuen Mitglieder an der Bar gedrängt. Heute herrscht im Maschinenraum gähnende Leere. Was tun, wenn der Club nicht mehr läuft?



In Zeiten ständigen Wachstums kann jeder mal Unternehmer spielen. Aber sowie der Markt mal nicht mehr brummt, trennt sich schnell die Spreu vom Weizen. Die Innovatoren gehören in der Regel zu den Gewinnern. Denn wer mit Ideen und Innovationen wartet, bis sie ihm vom Markt aufgezwungen werden, kann schon zu spät dran sein.

Als erfolgreicher Unternehmer gilt es eben, schneller zu sein als die breite Masse. Neue Trends lassen sich rechtzeitig erspüren. Stagnierende Neuzugänge und steigende Kündigungen kommen selten von einem Tag auf den anderen, sondern kündigen sich an. Dann muss rasch geklärt werden, ob die Gefahr „von draußen“ droht oder eher hausgemachte Fehler die Ursache sind.

Gute Clubs laufen immer

Natürlich ist es einfach, zunächst die Probleme außerhalb zu suchen. Aber wenn die Geschäfte in letzter Zeit schleppend liefen, liegt es sicher nicht (allein) am 11. September. Bei zunehmend knapperen Portemonnaies wird mancher Euro eben zweimal rumgedreht, und da kann sich bei einer eher halbherzig wahrgenommenen Clubmitgliedschaft schon mal schneller der Daumen senken als in guten Zeiten. Ein Club mit schwachem Angebot hat da das Nachsehen, gute und innovative Clubs laufen nach wie vor bestens. Klar ist: Die Fitness- und Wellnessbranche wandelt sich rasend schnell. Welcher Club mit welcher Ausstattung gerade angesagt ist, spricht sich in der Szene schnell rum. Was für Sie den Vorteil hat, dass auch Sie es erfahren werden.

Die softe Tour ist erste Wahl

Wie meistens im Leben, bleibt die Wahl zwischen der harten und der soften Tour. Hart heißt: Abwarten bis

zum Schluss, und dann alles komplett neu. Demgegenüber setzt die softe Tour auf eine kontinuierliche Anpassung an die Ansprüche der Kunden und Markttrends. Denn es gibt jede Menge „Stellschrauben“ an der Ausstattung, dem Service, der Bar, der Speisekarte, der Musik oder den Events, mit denen sich das Angebot aktualisieren lässt.

Genügen Duschen und Sauna noch dem Anspruch Ihrer Kunden? Ist das Solarium auf dem aktuellen Stand? Könnte in den Umkleieräumen etwas verbessert werden? Entspricht der Maschinenpark dem wirklichen Nutzungsverhalten der Mitglieder? Reicht Ihre Kinder-ecke aus, um Mütter dauerhaft zu gewinnen? Führt die Bar noch immer die kernigen Müsliriegel, die seit Jahren keiner mehr will?



First in, first out

Es gilt also, den Club von vorne bis hinten zu durchforsten und die Stimmung der Mitglieder einzufangen. Dazu braucht es nicht eine mehrseitige Zufriedenheitsanalyse – die ohnehin nicht der Wahrheit auf die Spur kommt – sondern nur offene Augen und Ohren. Innovationsfreudige Unternehmer sehen sich einen interessanten neuen Trend gut an und steigen schnell und konsequent ein. Und wenn alle anderen auch mitmachen, haben sie schon wieder was Neues angefangen. First in, first out.

Geht es um eine grundlegende Neuorientierung, bei der auch eine Menge Geld angefasst werden muss, empfiehlt sich vielleicht der Einsatz eines externen Beraters. Dieser kann Ihnen mit nationaler oder gar internationaler Markterfahrung zuverlässig Hilfestellung geben und Ihre Entscheidung auf sichere Beine stellen.

Runde Ecken gefällig?



Sonderwünsche sind für die FaM Innovation Group eine Selbstverständlichkeit. Zum Beispiel mit einem neuen Konzept für unattraktive Schrankecken. Oder besonders günstige Schrankkonzepte für Einsteiger.

Nur in selten günstigen Fällen geht das Rastermaß von Schrankelementen an einer Wand genau auf. Meist bleiben lästige Ecken zu überbrücken und es fehlt einfach an der gewissen Eleganz.

Mit den neuen Verblendungen erhalten lästige Ecken den richtigen Schliff. Damit lassen sich ganze Räume homogen und wie aus „einem Guss“ gestalten.



Das geht einerseits in der Farbe der Schrankelemente, es können aber auch gezielte Effekte mit anderen Farben und Materialien oder Spiegelementen gesetzt werden.

„Economic“ – preiswert und praktisch

Für kleinere Studios und begrenzte Budgets führt die FaM Innovation Group jetzt das preisgünstige Umkleideschrankprogramm „Economic“ ein. Mit Stahltüren in über 100 verschiedenen Farben und fünf MDF-Dekortüren in ansprechender Holzoptik ist der Kreativität keine Grenze gesetzt. Der Raum unter der Sitzfläche kann mit einer praktischen Aufbewahrungsbox genutzt werden und bietet Platz für sperrige Taschen, Stiefel oder Motorradhelm.



Die hochklappbare Sitzfläche wird beim Abschießen der Schranktür verriegelt und macht das Fach nur für den Schrankbesitzer zugänglich. Eine intelligente Lösung mit attraktiver Optik zum unschlagbaren Preis.

► DESIGN



Alles aus einer Hand

KNOW-HOW-TRANSFER ◀

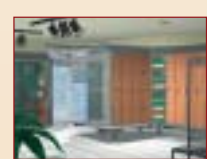
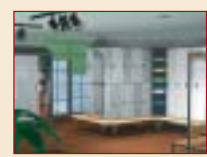
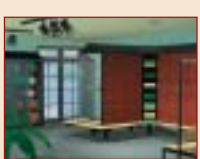
Ob Neueinrichtung oder größere Umgestaltung: Der Auftraggeber hat es mit einer Vielzahl von Lieferanten zu tun. Der bequemere Weg ist Beratung und Realisierung aus einer Hand mit der FaM Innovation Group.

Gebündeltes Know-how aus einer Hand und ein breites Erfahrungsspektrum aus Projekten aller Größenordnungen ist das Angebot der FaM Innovation Group. Vom ersten Schritt der Planung bis zur schlüsselfertigen Übergabe begleiten die Spezialisten von FaM den Auftraggeber bei seinem Projekt. Durch das breite Spektrum von Lieferanten und Geschäftspartnern gibt es für jede Problemstellung eine maßgeschneiderte Lösung.

Beginnend bei der Standortwahl, Bau- und Umbaumaßnahmen, der Entwicklung des Gesamtkonzepts inklusive Flächennutzung und Wirtschaftlichkeitsberechnung über die Inneneinrichtung bis zum DV-System können dem Auftraggeber optimale Lösungen geboten werden.

Dieses Servicespektrum schont nicht nur Nerven und Energie des Betreibers, sondern spart auch bares Geld. Allein die termingerechte Inbetriebnahme, eventuell vermiedene Fehler und entgangener Ärger mit Handwerkern zahlt sich am Ende in barer Münze aus. Der Betreiber kann sich voll und ganz seiner Konzeption und der Vorbereitung seiner Marketingmaßnahmen widmen, statt Angebote von Fliesenlegern einzuholen.

Das breite Know-how der FaM Innovation Group mit Projekten im In- und Ausland sichert dem Auftraggeber aktuelle Marktkenntnisse und Trends. Die wesentliche Voraussetzung, um mit dem neuen Studio einen Treffer zu landen und dem Wettbewerb eine gute Nasenlänge voraus zu sein.



Breiter. Höher. Tiefer.



Raum für Ihre Ideen

Sie suchen eine Immobilie, die sich von Art und Lage für ein Fitness-Center eignet? Dann rufen Sie einfach bei FaM an. Durch Kooperation mit einem spezialisierten Makler erhält FaM Innovation Group exklusive Informationen über Objekte, die sich für ein Fitness-Center eignen.

FaM Einrichtungssysteme GmbH
 Daimlerstraße 10/1 • 78665 Frittlingen
 Tel.: 0 74 26 / 96 10 – 0
 E-Mail: info@fam-einrichtungssysteme.de
 Ihr Ansprechpartner: Reinhold Stärk

Vom Büro direkt ins Studio? Was tut der Kunde, wenn er im Studio nicht einmal seinen Anzug richtig aufhängen kann?

Kunden in Jeans und Pullover finden sich überall zurecht. Aber Business People in Armani-Anzug oder Joop-Kostüm stehen verzweifelt vor dem Spind, weil er entweder für die Klamotten oder die Sporttasche reicht. Aber nicht für beides. Jetzt gibt es für Ihre anspruchsvolleren Mitglieder einen Schrank mit Format.

Das Modell „British Line“ der FaM Innovation Group ist höher, tiefer und breiter als alle anderen. Ein separates Fach bietet über eine herausziehbare Kleiderstange die Möglichkeit zum Aufhängen langer Kleidungsstücke. Und im unteren Teil versteckt sich ein separates Fach für die Schuhe – besonders im Winter ein unschätzbare Vorteil.

Um dem Namen „British Line“ gerecht zu werden, gibt es beispielsweise Echtholztüren aus Wurzelholz und eine lederbezogene Variante und auch eine Innenbeleuchtung ist vorgesehen. Adel verpflichtet.



DESIGN ◀

Sonnenkult im Kommen

► SOLARIEN

Erhöhter Spaßfaktor beim Sonnenbaden lässt die Kasse klingeln. Neuen Solarien beleben das Geschäft mit der Sonne.

Der klinische Look herkömmlicher Solarien ist auf dem Rückzug. Nicht nur die technische Qualität und Hygiene müssen stimmen – wer heute in den Bräter steigt, möchte auch etwas Vergnügen dabei empfinden. Was von außen eher an einen Raumleiter oder Pharaonensarkophag erinnert, bietet innen Sonnenteknik vom Feinsten.



► TECHNOLOGIE

LockerLock

Clubkarte dabei? Schrankschlüssel dabei? Handtuch und Wasserflasche dabei? Was hat das mit Entspannung zu tun?

Irgendwie ist ein Schrankschlüssel eine lästige Sache. Für den Kunden, weil er ihn bei sich tragen muss. Für den Clubbetreiber, weil er verloren gehen kann oder Schlösser defekt werden. Mit LockerLock findet anspruchsvolle Zutrittstechnik jetzt auch Einzug ins Clubleben.

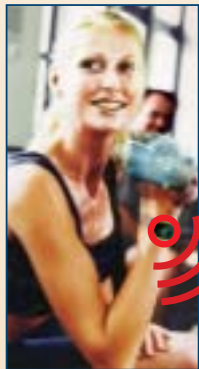
LockerLock ist berührungsloses Identifikations- und Schließsystem. Ein kleiner Transponder, unauffällig und wenig störend am Handgelenk getragen, verschafft Zutritt zum Club, zur Sauna, zum Solarium und individuell und sicher zum persönlichen Garderobenschrank.

Weil sich der Träger überall berührungslos beim Kommen und Gehen identifiziert, lässt sich vollautomatisch



LockerLock verbindet in idealer Weise spürbaren Komfort für den Kunden mit betriebswirtschaftlichem Nutzen für den Betreiber.

die Verweildauer erfassen und abrechnen. Auch Drinks und andere Leistungen können berührungslos gebucht werden. Wenn LockerLock von vorneherein mit einem Guthaben versehen ist, entfällt für den Kunden sogar die lästige Abrechnung im Anschluss an den Clubaufenthalt. Und selbst die Einfahrt und Ausfahrt aus der Tiefgarage lassen sich in den berührungs- und papierlosen Service mit einbinden.



Kids Club – Kinder bringen Kunden

► FAMILIE

Gewonnen haben Sie, wenn nicht die Mütter ihre Kinder gelegentlich mit ins Studio bringen, sondern die Kleinen aktiv werden. Weil sie lieber mit ihrer Mutter in den Kids Club als auf den langweiligen Spielplatz wollen.



Manche Mütter würden ja gerne mehr für sich tun. Aber wie und wo sollen sie während des Studiobesuchs die Kinder unterbringen? Der Kids Club ist eine Lösung.

Der organisatorische Aufwand für eine Kinderbetreuung und die ständige Angst im Nacken, dass doch irgendwas passieren könnte, lassen bei Müttern keine Ruhe und Entspannung aufkommen. Bevor der Studiobesuch zum blanken Stress wird, steuern sie lieber gleich den vertrauten Spielplatz an.

Wie kann hier das Studio helfen? Mit ein paar bunten Bällen oder Bilderbüchern lassen sich die Kleinen vielleicht eine Stunde ruhig stellen, aber spätestens dann geht die Quengelei wieder los: Mama, mir ist langweilig.

Hier bringt mehr Raum für die Kinder mehr Zeit für die Mütter. Wer für Kinder mehr als einen „Abstellplatz“ im Studio bietet, gewinnt neue Mitglieder. Zum Beispiel mit einem richtigen Kids Club: didaktisch gestaltetes Spielzeug, verletzungssichere Möbel und jede Menge Raum für Spaß, vielleicht sogar mit einer professionellen Betreuerin.

Feng-Shui – Erfolg mit guten Geistern

Die Asiaten haben es schon immer gewünscht: Wenn ein Haus Glück bringen soll, müssen die bösen Geister ausgesperrt und die guten hereingelockt werden. Wie man das macht, lehrt Feng-Shui.

Im Ursprung ist Feng-Shui die Kunst und Wissenschaft vom Leben in Harmonie mit der Umgebung. Seit Jahrhunderten nutzen Chinesen das Wissen um Feng-Shui, wenn sie Häuser oder Städte bauen oder ihre Toten begraben. Kein Neubau wird im Fernen Osten bezogen, ohne dass zuvor ein Meister oder eine Meisterin des Feng-Shui den Segen dazu geben.

Schon in der Planungsphase und Standortwahl gilt es eine Vielzahl von Grundregeln zu berücksichtigen. Zum Beispiel muss der Eingang gewissen Regeln entsprechen und die richtigen Winkel und Farben spielen eine große Rolle auf dem Weg zum Glück. Hausbesitzer suchen oder bauen ein Haus konsequent nach Prinzipien des Feng-Shui, um den Bewohnern Gesundheit und Wohlstand zu garantieren.



Und das wirkt? Natürlich ist eine Menge Glauben dabei, der für Westler nicht unbedingt nachvollziehbar ist. Aber nicht nur Anhänger fernöstlicher Philosophien empfinden nach den Prinzipien des Feng-Shui gestaltete Räume als angenehm und harmonisch. Was zählt ist, dass sich der Mensch wohl fühlt, selbst wenn er nicht immer im Detail nachvollziehen kann, woran es liegt.

Wenn der Wunsch der Fitness-Klientel verstärkt nach Entspannung und Wohlbefinden tendiert, kann der Einsatz eines Feng-Shui-Experten vielleicht der erste Schritt zum erfolgreichen Club sein.



TRENDS ◀



Wasser marsch! Lassen Sie Ihre Dusche Geld verdienen.

TRENDS ◀

In Ihrem Club ist technisch wirklich alles vom Feinsten. Aber komisch: Warum duschen Ihre Mitglieder lieber beim Wettbewerber?

Warmduscher müssen keine Weicheier sein. Im Gegenteil: Gerade unter der extrem körperbewussten Klientel im Fitness-Studio finden sich Schwimmer, Taucher, Segler und Surfer mit einem ausgeprägten Hang zu Wasserspielen. Die Chance für Ihr Marketing: Wer die besseren Duschen hat, behält auch die besseren Kunden.

Natürlich müssen Sie Ihr Studio nicht gleich komplett zur römischen Therme umbauen, aber etwas Ambiente



Futuristisch oder griechisch-römisch?

Diese Dusche ist mehr als die Summe einiger Wasserstrahlen: ShowerTower. Eine im Raum frei stehende Designerdusche macht die erfrischende Brause zum Erlebnis. So differenziert man sich im Markt.



darf schon sein. Ein Markenduft statt Billigseife, Spender für Duschgel oder Pflegelotion, installierte Haartrockner und attraktive Spiegel lassen Ihre Mitglieder sich wohlfühlen. Und Fliesen gibt es übrigens nicht nur in Weiß.

Investieren Sie in Ihren Sanitärbereich und überlassen Sie die Duschmuffel lieber Ihren Wettbewerbern.

IMPRESSUM

Verantwortlich

FaM Einrichtungssysteme GmbH
Daimlerstraße 10/1, 78665 Frittlingen

Konzeption, Gestaltung, Produktion

der workshop GmbH, Offenbach/Main

© FaM 2002

Der Nachdruck – auch auszugsweise – bedarf der schriftlichen Genehmigung der FaM Einrichtungssysteme GmbH

Select the Best:

Consulting



Solarientechnik



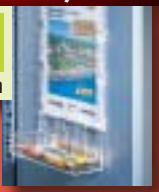
Architektur-Konzept



relax to the max



Kommunikationssystem



Studieninstitut



Bauten



Schließsysteme

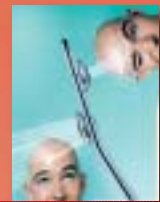
HAFELE

Objektdesign



FaM SELECT

Innovation Group



Wasser-Technologie



Solarien

Zeit-/Datenerfassung



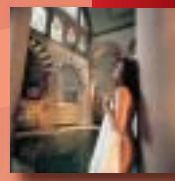
Management Software



Kommunikationsexperten



Saunawelten



Gerlando Giarrizzo

Architektur

The Wellness Company



Unternehmensberatung

Studiosupport



Wir haben die Antworten für den Fitnessmarkt

FaM SELECT ist die innovative Verknüpfung hochkarätiger Partner zu einem einzigartigen Netzwerk der Kompetenz im Fitness-, Wellness- und Freizeitmarkt.

Kostenvorteile zu nutzen und Zugang zum Insider-Know-how der Branche zu bekommen. Damit ist FaM Select der schlagkräftige Verbund für Besitzer und Betreiber von Studios, die den Markt bestimmen und immer einen Trend voraus sein wollen.

FaM Einrichtungssysteme GmbH
Daimlerstraße 10/1
D-78665 Frittlingen
Tel: 074 26/96 10-0
Fax: 074 26/96 10-40
E-Mail: info@fam-group.de
Internet: www.fam-group.de



SELECT-Mitglieder haben die exklusive Möglichkeit, durch dieses innovative Synergiekonzept riesige