

### **Es geht auch soft!**

#### **Soft-Relaunch als innovative Antwort auf den dynamischen Fitnessmarkt**

Der Fitnessmarkt hat mächtig Tempo zugelegt. Nicht nur im Wachstum, sondern auch in seinen Veränderungen. Wo gestern noch Kraftstudios mit Maschinensälen standen, herrscht heute entspannte Urlaubsatmosphäre. Der Wandel von Power zu Wellness vollzieht sich so rasant, dass erfolgreiche Unternehmen ständig den Finger am Puls der Zeit haben müssen. Stimmt eigentlich noch das Konzept? Passt das Ambiente zum Publikum? Welche Trainingsgeräte sind in, welche Farben und Materialien angesagt? Haben Shop und Bar das richtige Angebot? Und geht zum Schluss die betriebswirtschaftliche Rechnung auf?

Von den rund 6.500 Studios. in Deutschland sind laut einer VDF-Studie 16% vor 1985 und 30 % zwischen 1986 – 1990 eröffnet worden. Viele dieser Studios präsentieren sich ihren Mitgliedern nicht mehr zeitgemäß. Hier ist es oft höchste Zeit, neue Impulse zu setzen, um Mitglieder zu halten und neue dazu zu gewinnen.

Vor diesem Hintergrund bekommen Konzepte zum Re-Design und als innovativster Ansatz zum Soft-Relaunch immer mehr Bedeutung

#### **Was sind die besonderen Vorteile von Soft-Relaunch Konzepten?**

Als intelligente Alternative zum klassischen Re-Design erfolgt beim Soft-Relaunch die Aktualisierung und Modernisierung einzelner Bereiche abschnittsweise als in sich geschlossene Maßnahme. Damit ergibt sich die Möglichkeit, zeitgemäßen Kundenansprüchen sehr flexibel gerecht zu werden und immer wieder innovative Impulse zu setzen. die Mitglieder erleben dann „Ihr Studio“ immer up to date. Für das Marketing sind diese fast permanenten Neuigkeiten die ideale Kommunikationsbasis. Ein weiterer, wenn nicht sogar der wichtigste Vorteil: Soft Relaunch bedeutet auch nur eine Soft Investition, d.h. der Kapitaleinsatz ist im Vergleich zu einem Re-Design erheblich geringer.

Vorteile eines Soft-Relaunches gegenüber des herkömmlichen Re-Design:

- Softrelaunch ist kein kompletter Umbau des Studios, sondern die Erneuerung oder Aktualisierung einzelner Bereiche

## **Presstext FaM Innovation Group**

- das Studio muss für die Umbauphase nicht zwingend geschlossen werden.
- Ihre Mitglieder können weitertrainieren
- Es entstehen keine Umsatzeinbußen
- Sie benötigen einen erheblich geringeren Kapitaleinsatz

### **Wann ist der richtige Zeitpunkt für ein Soft-Relaunch Konzept?**

#### **Ganz einfach: Immer!**

Es mag ungewöhnlich klingen, aber schon zum Zeitpunkt der Studioplanung ist es sinnvoll, Überlegungen zur weiteren Entwicklung im Rahmen von Soft-Relaunch-Maßnahmen einfließen zu lassen.

Hier ein Beispiel aus der Praxis:

Konzeption von Theken und Bistroeinbauten nicht als komplettes Bauteil, sondern aus einem flexiblen „Baukastensystem“.

Hier können auch nach ein paar Jahren Fronten noch gewechselt werden, um sich aktuellen farblichen Trends anzupassen.

Und Sie können Ihre Bistrotkeke erweitern, um Ihrem Erfolg im Thekenverkauf gerecht zu werden.

Bei herkömmlichem Thekenbau ist keine oder selten die Möglichkeit etwas nahtlos anzubauen.

Haben Sie aber beim Studiobau schon an Soft-Relaunch gedacht und bereits ein flexibles „Baukastensystem“, ist es mit relativ geringen finanziellen Mitteln und wenig Aufwand möglich, eine Erweiterung durchzuführen.

Aus der Not, ständig Neues bieten zu müssen, um am Markt zu bestehen, wird ein aktives Konzept.

Und eine flexible Planung schon in der Anfangsphase hilft, viel Geld zu sparen, wenn es an die nächsten Soft-Relaunch Aktivitäten geht.

### **Soft-Relaunch: Ein Fall für Experten**

Entscheidend für den Erfolg bei der Planung, Umplanung oder eben beim Soft-Relaunch ist die Fähigkeit und Erfahrung eines Leistungspartners, individuelle Erlebniswelten zu schaffen. Nach einer aktuellen DSSV-Studie möchten 82,9% der befragten Mitglieder Spaß haben und 77,6% vom Alltag abschalten. Das bedeutet für den Betreiber: Das Studio muss

## Presstext FaM Innovation Group

einzigartig sein, einfach „sexy“. Die Kunden und Mitglieder begeistern.  
Und: es muss sich rechnen.

Deshalb sollten Sie im Vorfeld in Zusammenarbeit mit Fachleuten genau analysieren, welcher Bereich Ihres Studios „es am notwendigsten“ hat.

Die optimalen Voraussetzungen für erfolgreiche Projekte, von der Planung bis hin zur schlüsselfertigen Übergabe „alles aus einer Hand“ ist die Kooperation mit dem Experten, der mit Ihnen gemeinsam die Erfordernisse aufnimmt und auch ausführen kann.

Es beginnt bei der Projektberatung, der Planung mit allen notwendigen Schritten von der Standortanalyse und natürlich der gesamten Einrichtungskonzeption bis hin zu fotorealistischen 3 D-Planung als wichtige Grundlage auch für die Finanzierung. Hierbei kommt immer schon die Konzeptidee des **Soft-Relaunch** zum Tragen mit der Möglichkeit zur Inszenierung von Bereichen und Erlebniszonen als aktuelle und zukünftige Highlights, die Kundenakzeptanz generieren, das Studio eigenständig im Wettbewerb positionieren und die Wirtschaftlichkeit absichern.

Achten Sie bei der Auswahl des Beraters darauf, dass dieser über Erfahrung als Fitness- und Wellness-Coach für Unternehmer verfügt, um Ihre „Studio-Muskeln“ richtig „spielen“ lassen kann. Denn wenn ein Markt rasant wächst, steigt ebenso schnell die Zahl der Einsteiger und Trittbrettfahrer. Deshalb müssen auch erfolgreiche Studios ständig im Training bleiben -und täglich besser werden –, ebenso wie Einrichtungsprofis.

### Und welche Bereiche soll ich erneuern?

Fragen Sie doch einfach mal Ihre Mitglieder und gehen Sie mit einem Einrichtungsberater nachfolgende Fragen durch.

- Was möchten meine Mitglieder ?
- Sind die Größenverhältnisse der einzelnen Räume in Ordnung ?
- Stimmen die Laufwege im Studio ?
- Passt das Farbkonzept ?
- Wie ist die Stimmung im Studio ?
- Was macht die Konkurrenz ?

## Presstext FaM Innovation Group

### Und wie hebe ich mich von der Konkurrenz ab?

Stellen Sie sich z.B. folgende Fragen:

- Sind Sie vergleichbar?
- Wenn ja, wo und wie können Sie sich abheben?
- Gibt es Nischen ?
- Überarbeiten Sie Ihr bestehendes Konzept !

Achten Sie darauf, dass nicht nur der Relaunch der Geräte erfolgt. Der kommt automatisch.

Entscheidend ist, das Sie Ihren Mitglieder das Gefühl geben, - hier bin ich richtig, hier fühle ich mich wohl und der Betreiber tut etwas für mich .

Sie wissen ja, wie viele Ihrer Mitglieder denken.

- Was macht der Betreiber eigentlich für mich?
- Im Studio ist schon lange nichts neues mehr!
- Die Attraktivität hat merklich nachgelassen.
- Ich gehe nur noch aus Gewohnheit in dieses Studio.
- Da hat ein neues Studio aufgemacht !  
Absolut trendy und klasse Atmosphäre.
- Das gefällt mir besser als beim ..... !
- Warum soll ich also noch hier bleiben, es gefällt mir sowieso nicht mehr.

Und weg ist Ihr Kunde!

Warum ?

Nur weil ein anderes Studio in Ihrer Nähe aufgemacht hat, das im Moment absolut trendy ist ?

Nein, mit Sicherheit nicht. Das ist nur eine vorgeschobene Begründung.

Denken Sie darüber nach.

Haben Sie die letzten Jahre für Ihre Mitglieder Atmosphäre geschaffen, neue Impulse gesetzt?

Dies sind mit die wichtigsten Faktoren für langfristige Kundenbindung und damit auch für den wirtschaftlichen Erfolg.

## **Presstext FaM Innovation Group**

### **Stellen Sie die Weichen jetzt**

Gehen Sie durch Ihr Studio und fragen Ihre Mitglieder,

Schauen Sie sich in anderen Studios um,

Machen Sie Ihr Studio attraktiv,

Halten Sie nicht nur Ihre Mitglieder, sondern erweitern Ihren Kundenstamm

Holen Sie sich Ihren Einrichtungsberater,

planen Sie jetzt den „Facelift“ Ihres Studios,

und bleiben Sie erfolgreich mit Soft-Relaunch.