



»» Daniel Keim setzt auf digitale Lösungen in seinem Fitnessstudio

## Die Auswirkungen von Covid19 in der Fitnessbranche – Quo vadis?

Für die Regierungen war die Fitnessbranche nicht „systemrelevant“ in der Corona-Krise. Daher mussten weltweit Fitness-Clubs schließen. Doch wie wirkten sich Lockdown und Lockerung auf die Fitnessbranche aus? Hans Muench ging dieser Frage nach und wagt Einschätzungen zum „NewNormal“ in den Studios.

International betrachtet zeigt sich ein heterogenes Bild. Schweden hat als einziges Land die Clubs nicht geschlossen, verzeichnete aber einen Rückgang der Besucherzahlen. In Finnland und Tschechien durften Clubs bereits vor einiger Zeit wieder öffnen.

Seit dem 11. Mai sind Clubs in der Schweiz landesweit wieder in Betrieb. Deutschland entschied sich wie die USA für eine Rege-

lung nach Bundesländern/Bundesstaaten. Am 11. Mai öffneten Clubs in NRW, Hessen am 16. Mai und andere Bundesländer folgten später. Es gelten für die gesamte Branche strenge Richtlinien wie die Einhaltung von Abstandsregeln und die Befolgung von Hygienekonzepten.

Ob diese erfolgreich durchgeführt werden, wird sich zeigen. In China mussten Clubs wegen Neuinfek-

tionen teilweise wieder schließen.

### **Aktionen der Studiobetreiber während des Lockdowns**

Der Lockdown kam für die Studio- und Clubbetreiber hart und schnell. In Bezug auf die Mitgliederbeiträge zeigt sich ein gemischtes Bild: In Deutschland haben die meisten befragten Clubs im März noch die gesamten Mitgliederbeiträge eingezogen,

im April taten dies noch viele und im Mai nur einige wenige. In Bezug auf digitale Alternativen zum physischen Training im Club, setzten die meisten der befragten Clubs auf eine schnelle Einführung von Online- und Streaming-Angeboten.

Vorteile hatten Clubs, die dabei ihre eigenen Mitarbeitenden für Online-Live-Kurse nutzten. Sie konnten die Nähe zu den eigenen Kunden besser herstellen. Es gibt sogar Beispiele wie den Cardio Fitness Club in Starnberg, der über 150 Online-Mitgliedschaften erfolgreich verkaufen konnte. Etwa 30 Prozent davon waren zuvor Mitglieder in anderen Studios.

**Die Covid19-Krise wird Gewinner und Verlierer hervorbringen**

Wie in den meisten Branchen wird es Gewinner und Verlierer in der Fitnessbranche während und nach der Krise geben. Nicht jeder Club und jede Kette wird überleben. Am 4. Mai meldeten die eigenen Clubs von Golds Gym in den USA Insolvenz an. Allerdings erlaubt Kapitel 11 des amerikanischen Steuergesetzes eine Reorganisation innerhalb von 90 Tagen durch einen Insolvenzverwalter. Auch die Steve Nash Fitness Clubs im kanadischen Vancouver haben Gläubigerschutz angemeldet.

**Raus aus der Krise – gute Ideen sind gefragt**

Doch wie kommen Clubs durch die Krise und aus ihr heraus? In zahlreichen Webinaren sammelten Clubbetreiber gemeinsam viele gute Ideen. Ein Beispiel dafür ist die von Alexander Dillmann initiierte Facebookgruppe

„Informationsnetzwerk für Fitnessclubbetreiber“ mit fast 4.000 Teilnehmenden (lesen Sie dazu auch ein Interview auf Seite 24). Hier einige Highlights:

1. Kommunikation mit Mitarbeitenden und Mitgliedern ist ein Schlüsselfaktor: Diese sollte transparent, zeitnah und offen sein und über verschiedenen Kanälen erfolgen (Brief, Telefon, Email, Social Media, Video Call oder Konferenz).
2. Liquidität sichern: Prüfen, wo Kosten gesenkt werden und Regierungsprogramme zur Unterstützung genutzt werden können.
3. Alternativen anbieten: Beiträge weiterzahlen (Solidarität, Mitarbeiter weiter beschäftigen), Mitgliedsbeiträge einfrieren, Onlineangebote anbieten.
4. Community-orientiert sein: ältere Menschen unterstützen.
5. Hygienekonzept vorbereiten und klar kommunizieren, um die

Ängste der Mitglieder zu nehmen, wenn die Wiedereröffnung bevorsteht.

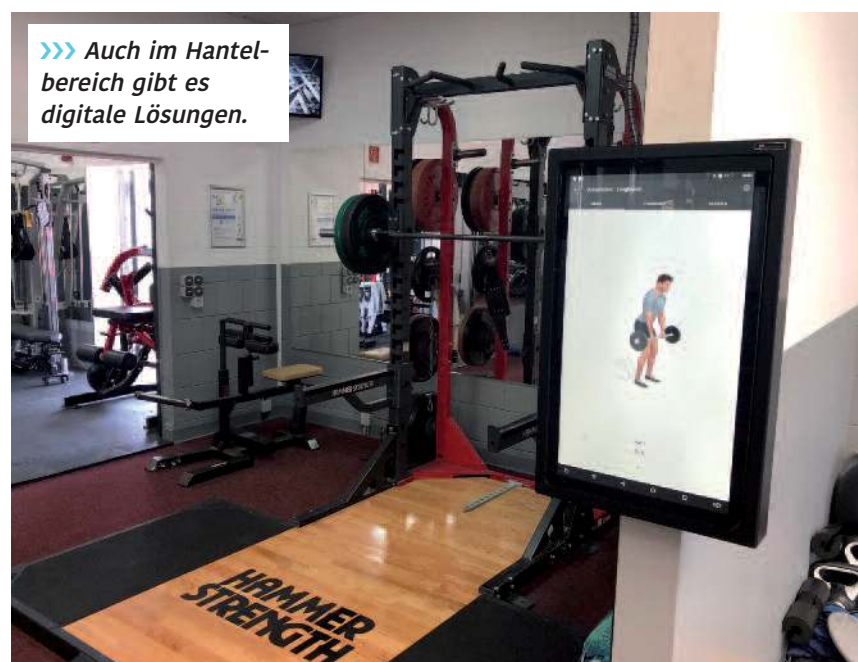
**Wie könnte das „NewNormal“ aussehen?**

Leider habe auch ich keine Glaskugel und kann voraussehen, wie die Zukunft, oder das „NewNormal“ aussehen wird. Die intensive Beschäftigung mit der Branche, gerade auch in der Krise, bringt mich aber zu neun Einschätzungen:

1. Neue Gewohnheiten: Eine Online-Reservierung wird sich etablieren, um lange Warteschlangen am Eingang zu vermeiden und der beschränkten Platzzahl von Kursen gerecht zu werden.

In Skandinavien ist dies seit Jahren üblich.

2. Kündigungen/Mitgliederverlust: Durch die Einschränkungen werden möglicherweise mehr Mitglieder von ihrem Kündigungsrecht Gebrauch machen.



3. Preisnachlass: Kunden werden teilweise aufgrund von eingeschränkten Leistungen einen Preisnachlass fordern. Besonders bei Premiumclubs, die Schwimmbäder und Saunalandschaften als aufwertende Leistungen anbieten, die nun nicht genutzt werden können. Die Premiummarke Equinox (USA, Kanada und London) erntete bereits einen Shitstorm für ihre Ankündigung, die (hohen) Preise beizubehalten.

4. Digital starke Clubs profitieren: Clubs, die während der Schließung online präsent waren (Webshop, Community-Beiträge, Online-Kurse usw.) können besser auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen und werden leichter neue Kunden generieren können.

5. Online-Training/-Coaching und Ernährungsberatung werden an Akzeptanz gewinnen.

6. Personal Training wird an Bedeutung gewinnen: Viele Menschen werden nach dem Shutdown in einem schlechteren körperlichen Zustand sein. Das Bewusstsein in der Bevölkerung, etwas vorbeugend für das Immunsystem „tun zu müssen“ wird deutlich mehr ausgeprägt sein. Besonders bei Personen, die es nicht alleine stemmen und Hilfe dabei benötigen. Es wird viele Menschen geben, die eine Abneigung haben, in einen Fitnessclub zu gehen – hiervon dürften PT-Angebote stärker profitieren.



»» Das Deluxe Fitness in Bersenbrück verfügt auch über einen Outdoorbereich.

7. Mental Fitness wird an Bedeutung gewinnen: Unterschiedliche Formen von Mental-Training werden sich in Kombination mit physischem Training etablieren. Kunden haben vermehrt den Wunsch, ganzheitlich zu trainieren.

8. Neue Business-Modelle: Club-Betreiber werden ihr Angebot verändern: Auf der Suche nach neuen Einnahmequellen (Ernährung, Small Group PT, Geräteverleih usw.) werden kluge Clubs ihre Konzepte überarbeiten. Hierzu ein Zitat von Daniel Keim, Inhaber von Deluxe Fitness bei einem Webinar am 3. Mai: „Wir müssen daran arbeiten, dass die Kunden auch an uns denken, wenn sie ausserhalb unserer Anlagen sind. Sie zahlen für Ergebnisse.“

9. Lernen und Entwicklung: Eine rasche Nutzung und Einbindung

neuer Technologien und Tools (künstliche Intelligenz, Chat Bots, Virtual Reality usw.) wird der Fitnessbranche helfen, Produkte zu verbessern, kürzere Lernkurven zu haben und schneller Innovationen hervorzubringen und anzunehmen.

Ziemlich alles ist unsicher in Zeiten von Covid19. Was aber sicher ist: Die Fitness-Branche wird sich verändern (müssen). Ich hoffe, dass die Betriebe, die in der Krise die Chance ergreifen, besser zu werden, eine blühende Zukunft erleben – zugunsten der Gesundheit der Menschen. Im besten Fall trägt dies dazu bei, dass sich das Image der Fitnessbranche in der Gesellschaft und den Medien bessert und die Branche zeigt, dass sie eben doch „systemrelevant“ ist.

*Hans Muench*

**Autor**

Als Experte für Fitness- und Gesundheit engagiert sich Hans Muench seit Langem auf nationalem und internationalem Parkett. Muench berät Unternehmen aus der Fitness- und Gesundheitsbranche und ist außerdem als Dozent tätig. Von 2008 bis 2016 vertrat Muench die IHRSA in der Funktion des Director of Europe.

