

BODYMEDIA®

Deutschland 10,00 €

Grüne Studios? Nachhaltigkeit in der Fitnessbranche

ab Seite 32

Clubreport effektiv Herforst ab Seite 08

Weg zum Gesundheitsanbieter ab Seite 42

Marktübersicht Audio-, Video- und Lichttechnik ab Seite 58





Der Weg zum Gesundheitsanbieter: Trend & Chance

Text Markus Rauluk

Immer mehr Fitness- und Gesundheitsunternehmen sowie weltweit einige Top-Hotels verändern ihre Ausrichtung hin zum Gesundheitsanbieter. Ein Partner, der dabei unterstützt, ist Medical Active, die sich auf Gesundheitspositionierung und die Direktvernetzung mit Ärzten und Gesundheitsspartnern spezialisiert haben.

Reizüberflutung durch eine fast schon überdimensionierte Angebotsvielfalt nehmen wir jeden Tag selber wahr. Ein wichtiger Grund für die Notwendigkeit einer klaren Gesundheitspositionierung liegt also unter anderem in einer Vielzahl von neuen Fitnessangeboten, die oftmals zur Orientierungslosigkeit potenzieller Zielgruppen führen. Fitnessangebote für 9€, für 19€ und für 79€ – Fitness-, Muskel-, Functional-, EMS-, Yoga-Kurs und Personaltraining. Die immer größere Angebotsvielfalt mit

unterschiedlichen Preis- und Trainingsangeboten trägt mittlerweile eher zur Verwirrung als zur Kaufmotivation bei. Daher ist es für Qualitätsanbieter jetzt und in Zukunft immer wichtiger, ihre Kompetenzmerkmale besser erkennbar nach außen zu tragen.

In einer Zeit, in der nun sogar die Discounter begonnen haben, sich mit immer stylischerem Interieur als Trendsetter zu präsentieren, wird es auch für den hochwertigen Lifestyle-Club

immer schwerer, seine auf Trends und moderne Einrichtung ausgerichtete Positionierung so zu transportieren, dass der höhere Preis im Vergleich zum Discount für seine Zielgruppe als gerechtfertigt wahrgenommen wird.

Qualität als Lösungsansatz

Die Lösung sollte also darin liegen, in die Qualität und die Ausbildung seiner Mitarbeiter zu investieren, den Betreuungsservice effizient zu optimieren und die Gesundheitskompetenz als

Positionierungsmerkmal zu stärken und dieses Know-how dann in ein nutzenbringendes Netzwerk einzubringen.

Hat ein Unternehmen gut ausgebildete, qualifizierte Trainer, vorzugsweise mit Spezialwissen in Themen wie Rücken, Beweglichkeit, Herzkreislauf, Diabetes, Gewicht und/oder Entspannung, am besten in Verbindung mit zeiteffizienten Trainingssystemen, ist es schon mal gut vorbereitet, um den einen oder anderen qualifizierten Dialog mit verschiedenen Ärzten und optionalen Gesundheitspartnern zu führen.

Imageoptimierung

Das Image als Gesundheitsanbieter ist von unschätzbarem Wert. 50 % der Bevölkerung sind deutlich über 50 Jahre, 43 % der Bevölkerung über 60 Jahre. Diese Menschen haben oftmals über die Zeit, zum Teil durch den beruflichen Karriereweg oder durch familiäre Verpflichtungen, den Bezug zur regelmäßigen Bewegung verloren und sind dadurch krankheitsanfälliger geworden. Sie suchen in der Regel nicht bevorzugt das günstige Training hinter dem Drehkreuz, sondern ein Studio, in dem Service und Betreuungsstrategie stimmen. Diese Zielgruppe ist kaufkräftiger als der Durchschnitt und oftmals auch sehr treu und loyal, was sich wiederum positiv auf die Fluktuation auswirken kann.

Besuchshäufigkeit aufgrund von Bewegungsmangel

Verhaltensweisen, die mit reduzierter Bewegung zu tun haben, und Krankheitsbilder der „modernen Zivilisation“ führen zu einem drastischen Anstieg der Besuchshäufigkeit bei Ärzten verschiedenster Fachrichtungen. Wir nehmen insbesondere beruflich Engagierte wahr, die schnell wieder gesund sein möchten, und ältere Menschen, die auch im Alter fit sein möchten. Aber auch immer mehr junge Menschen, die schon in der Schulzeit auf ein Leben mit reduzierter Beweglichkeit vorprogrammiert werden, besuchen Arztpraxen oftmals wegen Kleinigkeiten immer häufiger. Sie sind anfälliger für Krankheiten wie Erkältungen und Grippe, leiden immer häufiger unter Rücken- und Gewichtsproblemen.

Notwendigkeit zur Fokussierung

Ärzte können in der Regel bei regulär gesetzl. versicherten Patienten in Deutschland nur einen Besuch mit einem Pauschalbetrag pro Quartal abrechnen, der abhängig von diversen Kennziffern bei ca. 15 – 35 € liegen kann. Auch in Österreich sind Arztpraxen aus diesen und ähnlichen Gründen überfüllt. Ein Schweizer Branchenexperte hat formuliert: „Lieber mehr Vorsorge-Effizienz als ein unangemessen hoher Nachsorgeaufwand – also lieber einmal richtig untersuchen lassen und gezielte Maßnahmen ergreifen,

auch in Eigenregie, als wegen jeder Kleinigkeit die Praxis immer wieder aufzusuchen. Grundsätzlich gilt daher: „Wer fitter ist, geht seltener zum Arzt.“ Eine Praxis, die gut organisiert ist und ihre Patienten unterstützend zu eigenverantwortlichen Bewegungsaktivitäten motiviert, kann ihre Prioritäten in der Patientenbehandlung optimieren und sich deutlich effizienter auf die Patienten fokussieren, die die Hilfe des Arztes dringend benötigen.

Moderne, junge Ärzte, die heutzutage oftmals selbst regelmäßig verschiedene Sportarten oder Fitnessstraining ausüben, haben in der Regel einen sehr positiven Bewegungsbezug. Es gehen sogar erste Signale von besonders innovativen Ärzten aus, die immer häufiger gezieltes, eigenverantwortliches Training im Vorfeld einer OP befürworten, um so die Regenerationszeit für den Patienten nach der OP zu beschleunigen. Das ist also eine weitere Chance für qualifizierte Fitness- und Gesundheitsstudios, sich als professioneller und kompetenter Ansprechpartner präsentieren.

Dialog auf Augenhöhe

Medical Active liefert Lösungen für die Kontaktaufnahme und die Präsentation beim Arzt. Eine einfache, aber doch punktgenaue Argumentation, die von Arzt zu Arzt, von Fachbereich zu Fachbereich ähnlich, aber im Detail doch sehr



Der gesundheitsförderliche Effekt von Bewegung wird von immer mehr Ärzten wahrgenommen und in der Therapie empfohlen



Wer sich als Gesundheitsanbieter positionieren möchte, sollte sich Ärzte als Kooperationspartner suchen

unterschiedlich sein kann, ist zu beachten. Die Motivation, an einem Gesundheitsnetzwerk teilzunehmen, ist also von Arzt zu Arzt unterschiedlich und hängt natürlich auch von der jeweiligen Fachrichtung ab. Der Fitnessunternehmer wird aber erfreulicherweise immer häufiger als Partner für eigenverantwortliche Bewegungsaktivitäten erkannt.

Potenzielle Ärzte- und Gesundheitspartner

Ein guter Kontakt zum Hausarzt oder zum Orthopäden ist sicherlich eine solide Ausgangsbasis. Erfahrungsgemäß kann ein Ärzte- und Gesundheitsnetzwerk aber deutlich vielfältiger sein:

Ärzte

- Allgemeinmediziner
- Orthopäden
- Internisten
- Kardiologen
- Ärzte für Frauenheilkunde
- Urologen
- HNO-Ärzte (Stress/Tinnitus)
- Sportmediziner
- Schönheitschirurgen
- Psychologen
- Zahnärzte (Wirbelsäule/Kiefer)
- Röntgenzentren etc.

Gesundheitspartner

- Apotheken
- Physiotherapeuten (wenn nicht GPI)
- Osteopathen
- Heilpraktiker
- Sanitätshäuser
- Optiker- und Hörgerätegeschäfte
- Reformhäuser
- qualifizierte Personaltrainer
- Burn-out-Experten
- Hebammen etc.

Abschlussbemerkung:

Die Zeit ist reif ...

... für Mut, sich auf die vorhandene Kompetenz zu besinnen und Chancen zu nutzen, indem man sich klar positioniert. Wenn man Qualitätsanbieter ist, sollte der potenzielle Kunde erkennen, wie leistungsfähig man als qualifiziertes Fitness- und Gesundheitsunternehmen wirklich ist. Um in Arztpraxen erfolgreich zu sein, sollte man gut vorbereitet sein und auch an Beispielen anschaulich erläutern, wie Menschen aufblühen und sich verändern, wenn sie regelmäßig und gezielt unter fachkundiger Anleitung trainieren. In Kontakt mit Ärzten zu kommen, ist für viele Fitnessanbieter nicht ganz einfach. Dabei unterstützt Medical Active. Das Unternehmen unterstützt mittlerweile eine Vielzahl von Fitness- und Gesundheitsstandorten mit präzisen, einfach in das Tagesgeschäft integrierbaren Tools und Ablaufprozessen. Diese helfen dabei, die eigene Gesundheitspositionierung zu optimieren und lokale Gesundheitsnetzwerke mit den richtigen Strategien und Argumenten aufzubauen. Die Empfehlung für aktive Medical Active Partner liegt pro Standort bei rund 8–12 lokalen Kooperationen mit Ärzten und weiteren Gesundheitspartnern. So umfasst das gesamte Netzwerk mit allen Kooperationspartnern derzeit ca. 1.500 Partner.

Mit seiner Ausrichtung liegt Medical Active voll im Trend, denn es bedient genau den Bedarf, der für viele Unternehmen existenziell geworden ist: die Know-how-Vermittlung für Positionierung und Abgrenzung vom Wettbewerb sowie den Aufbau von Netzwerken mit

Ärzten und weiteren Gesundheitspartnern. Das sind wichtige Merkmale, um als Gesundheitsanbieter besser erkannt bzw. von seiner potenziellen Zielgruppe deutlicher wahrgenommen zu werden. Der Aktivitätenfokus von Medical Active ist vorrangig auf die Kooperation mit Fitness- und Gesundheitsunternehmen in D-A-CH gerichtet.



Zum Autor

Markus Rauluk ist Inhaber und Entwickler von Medical Active International. Medical Active unterstützt qualifizierte Fitness- und Gesundheitsunternehmen bei der Optimierung der Gesundheitspositionierung und dem Aufbau von lokalen Ärzte- und Gesundheitspartnernetzwerken. Nach einem sehr jungen Einstieg mit 20 J. in die Fitnessbranche, beteiligt an einem kleinen Fitness-Studio in NRW und sozusagen von der Pike auf gelernt, übernahm er schon frühzeitig Führungsaufgaben in größeren Clubs. Es folgten weitere Berufsstationen in Wien, London, Zürich, Berlin und Hamburg, unter anderem für Meridian Spa und Holmes Place, wo er seine erste professionelle Managementenerfahrung sammelte. Anspruchsvolle und komplexe Themen in einfach anwendbare Abläufe zu wandeln ist seine Stärke.