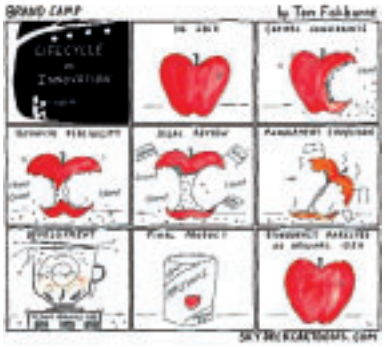
viewpoint qualitop



Erfolg ist die Folge einer systematischen und konsequenten Ausrichtung des Centers auf die Bedürfnisse der Kunden. Kansrosa ist die Systematik, die Ihnen hilft, Ihren Erfolg zu planen. Lesen Sie hier den dritten Teil der Erfolgsgeschichte.

Erfolg im Center

... mit Kansrosa: Teil 3

Menschen mögen Kansrosa. Oder vielmehr das, was sich hinter der Formel verbirgt: **K**omfort, **A**nsehen, **N**euigkeiten, **S**elbsterhaltung, **R**isikolosigkeit, **o**ekonomische Vorteile, **s**ympathische Produkte, **A**ngehörigkeit (Dazugehörigkeit). Im letzten Artikel konnten Sie lesen, welchen Nutzen Sie Ihren Kunden in Sachen Komfort und Ansehen bieten müssen, damit Sie diese anziehen und halten können. Nun aber zu den weiteren Elementen der Erfolgsformel.

Die Neuigkeit

Neuigkeiten sind im besten Fall Innovationen. Innovationen können auf drei Ebenen erfolgen: auf der funktionalen Ebene, auf der anwendungsbezogenen Ebene und auf der darreichungsbezogenen Ebene. Was bedeuten diese Ebenen?

1. Von einer **Funktionsinnovation** spricht man, wenn das Produkt die gewünschte Wirkung, in unserem Fall die Ausdauer, die Kraft und das Aussehen, schneller und besser als die bisherigen Produkte sicherstellt.
2. Von einer **Anwendungsinnovation** spricht man, wenn die Anwendung des Produkts im Gebrauch einfacher, sicherer und komfortabler ist als mit den bekannten Produkten.
3. Von einer **Darreichungsinnovation** spricht man, wenn das Produkt zwar das alte bleibt, aber die Art und Weise, wie es dem Kunden angeboten wird, neu ist.

Jürg Wilhelm ist Gründer und Inhaber des institute for excellence. Er hat langjährige Erfahrung als Coach, NLP-Trainer und Prozessberater und arbeitet für nationale und internationale Firmen in der Schweiz, in Europa und in den USA.

Im Idealfall, Sie ahnen es schon, umfasst die Innovation alle Ebenen.

Innovation im Fitnesscenter?

Schauen wir uns nun diese drei Innovationsebenen in der Fitnessbranche an, kommen wir zu einem ernüchternden Ergebnis. Obwohl sich die Branche innovativ gibt, ist sie es im Wesentlichen nicht. Im Einzelnen:

- Zu 1.: Weil die Anatomie sowie die Physiologie des Menschen und damit auch die Trainingslehre und die Trainingsprinzipien sich eher selten ändern, verändern sich auch die Trainingsmittel (Trainingsgeräte) für das Kernangebot im Studio nur geringfügig. Es ist ausgesprochen schwierig, auf dieser Ebene Innovationen anzubieten. Vor allem liegt dieses Thema ausserhalb des Einflusskreises der Center und ist somit vielmehr eine Kernaufgabe der Gerätehersteller.
- Zu 2.: Auch in diesem Bereich sind die Fortschritte eher gering. Sicher ist die Bedienung der Geräte etwas einfacher, möglicherweise auch sicherer geworden, ansonsten halten sich die Fortschritte aber in Grenzen.
- Zu 3.: Hier hat sich in den letzten Jahren einiges getan Radeln gegen imaginäre Gegner, beim Training den Lieblingsfilm anschauen und dabei eine riesige Vielfalt an verschiedenen Trainingsstationen wählen können. Zu der Darreichung gehört im Übrigen alles, was das Center an Serviceleistungen zu bieten hat.

Fazit: Das Center hat im Wesentlichen „nur" Einfluss auf die „Darreichungsform". Doch auch hier tut sich die Branche schwer. Bis jetzt ist diese „Darreichung" in fast allen Fitnesscentern praktisch identisch. Durch die Einführung von Qualitätsstandards hat Qualitop die „Darreichungsform" in der Schweiz noch einheitlicher geregelt, weil so die Dienstleistungsqualität auf ein höheres Niveau gebracht und noch vergleichbarer gemacht wird. Und trotzdem ist bei der „Darreichung" noch ein enormes Potenzial offen. Gerade das ist Ihre grosse Chance, die Ihnen als Centerleiter einen grossen Spielraum ermöglicht, sich zu profilieren und sich von anderen zu differenzieren.

Invention oder Innovation?

Neben den verschiedenen Formen der Innovation unterscheidet man in der Innovationsforschung zwischen der Innovation und der Invention (Erfindung). Innovation setzt die Invention voraus; aber das alleine reicht nicht. Erst die gelungene Erstvermarktung macht eine Erfindung zu einer echten Innovation.

Das zeigt wieder einmal mehr: Es gibt nichts Gutes, ausser man tut es!

Haben Sie diesen Monat schon etwas von dem umgesetzt, was Sie letzten Monat an dieser Stelle gelesen haben? Die Planung alleine ist für den Erfolg nicht ausreichend. Wenn Sie es nicht schaffen, das Geplante auch konsequent umzusetzen, gehören Sie zu den Verlierern statt zu den Gewinnern – zu den Unterlassern, statt zu den Unternehmern.

Bewegen Sie etwas!

People don't think, they reload (Menschen denken nicht, sie laden nur ihre alten Ideen immer wieder neu auf), sagte der Quantenphysiker David Bohm. Solange Sie Ihre alten Muster und Programme aktivieren, wird auch nichts fundamental Neues rauskommen. Oder um mit Gregory Bateson, einem bekannten Kybernetiker, zu sprechen: Wenn du immer tust, was du schon immer getan hast, wirst du immer bekommen, was du schon immer bekommen hast. Das Neue, die Innovation, beginnt bei Ihnen – und hört mit Ihnen auf.

Jürg Wilhelm

Ausbildung zum Life-Coach

Um das Beste in Ihnen und anderen zu wecken, haben die SAFS und das institute for excellence die neue Ausbildung zum Life-Coach entwickelt, die nächste Ausbildung startet am 17.08.06. Weitere Infos: www.ife-web.com und zur Ausbildung unter www.safs.com