viewpoint qualitop

Erfolg im Center

... mit Kansrosa: 6. Teil

Erfolg ist eine Folge. Nämlich die Folge einer systematischen und konsequenten Ausrichtung des Centers auf die Bedürfnisse des Kunden. Kansrosa ist die Systematik, die Ihnen hilft, Ihren Erfolg systematisch zu planen. Lesen Sie hier den sechsten und letzten Teil Ihrer zukünftigen Erfolgsgeschichte.

Menschen mögen Kansrosa. Oder vielmehr das, was sich hinter der Formel verbirgt: Komfort, Ansehen, Neuigkeiten, Selbsterhaltung, Risikolosigkeit, Oekonomie, Sympathie, Angehörigkeit. Heute schauen wir uns das letzte Element der Erfolgsformel an, nämlich den Aspekt „Angehörigkeit".

Angehörigkeit & Dazugehörigkeit. Menschen sind soziale Wesen und suchen die Gemeinschaft anderer Menschen. Kriterien für die Wahl und Entstehung von Gemeinschaften sind dabei zuerst äussere und offensichtliche Gemeinsamkeiten wie Rituale, Kleider, Autos, gemeinsame Hobbys, etc.. Basis dieser äusseren Gemeinsamkeiten sind jedoch auch die für den Menschen oft unbewussten Faktoren, wie gemeinsame Bedürfnisse und Werte. Die Werte eines Menschen drücken sich in seinem Verhalten, die Werte eines Unternehmens über eine erkennbare Philosophie aus. Eine wertebasierte Philosophie ist einer der massgeblichsten identitätsbildenden Faktoren von Menschen und Unternehmen und entscheidet zu einem grossen Teil darüber, wie man sich verhält, welche Fähigkeiten entwickelt werden und welches Umfeld sich der Mensch oder das Unternehmen aufbaut bzw. auswählt. Diese Faktoren entscheiden darüber, ob ein Mensch sich dieser Philosophie und damit dieser Gemeinschaft zugehörig fühlen kann.

Philosophien in Fitnesscentern. Schauen wir uns in der Fitnessbranche um. Es ist kaum erkennbar, dass es mit Ausnahme von Kieser überhaupt eine Gruppe von Fitnesscentern – bei Einzelnen vermag ich dies nicht zu beurteilen – geschafft hat, eine nach aussen sicht- und spürbare Philosophie zu entwickeln. Man kann die Atmosphäre oder die fehlenden Kontaktmöglichkeiten bei Kieser beklagen oder lieben; aber sie sind erkennbarer Ausdruck einer klaren Philosophie. Diese Klarheit und die Konsequenz in der Umsetzung selektieren so seit Jahrzehnten höchst erfolgreich die Zielgruppe von Kieser, die genau diese Philosophie mag und sich dort wohl fühlt.

Ein Unternehmen und seine Philosophie sollten übereinstimmen mit dem Menschen, der das Unternehmen vertritt. Inkongruenzen zwischen der kommunizierten Philosophie und dem, was die Menschen tatsächlich erleben, führt zu Störungen und einer Abwendung der Kunden von diesem Unternehmen. Wenn Sie also einen ähnlichen Erfolg wie Kieser anstreben, sollten Sie nicht Kieser kopieren und auch nicht diese Philosophie, sondern eine eigene, Philosophie entwickeln und durchsetzen. Eine Philosophie basiert auf Werten eines Unternehmens, welche wiederum Motive für die Kunden sind.

Werte & Motive. Empirische Erhebungen (Reiss) zeigen 16 angeborene Lebensmotive, die das menschliche Verhalten bestimmen. Jeder Mensch entwickelt ein individuelles „Motivationsprofil". Diese Motive lassen sich mit Werten gleichsetzen. Es sind:

- **Macht:** Streben nach Erfolg, Leistung, Führung und Einfluss
- **Unabhängigkeit:** Streben nach Freiheit, Selbstgenügsamkeit & Autarkie
- **Neugier:** Streben nach Wissen & Wahrheit
- **Anerkennung:** Streben nach sozialer Akzeptanz, Zugehörigkeit und einem positiven Selbstwert
- **Ordnung:** Streben nach Stabilität, Klarheit und Organisation
- **Sparen:** Streben nach Anhäufung materieller Güter und Eigentum
- **Ehre:** Streben nach Loyalität und moralischer Integrität
- **Idealismus:** Streben nach sozialer Gerechtigkeit und Fairness
- **Beziehungen:** Streben nach Freundschaft, Freude und Humor
- **Familie:** Streben nach einem Familienleben und danach, eigene Kinder zu erziehen

Ausbildung zum Life-Coach

Wie man Beziehungen erfolgreich gestaltet und sich selbst weiterbringt, lernen Sie in der Ausbildung zum Life-Coach. Die nächste Ausbildung startet am 8. Februar 2007.

- **Status:** Streben nach „social standing", nach Reichtum, Titeln und öffentlicher Anerkennung
- **Rache:** Streben nach Konkurrenz, Aggressivität und Vergeltung
- **Romantik:** Streben nach einem erotischen Leben und Schönheit
- **Ernährung:** Streben nach Essen und Nahrung
- **Körperliche Aktivität:** Streben nach Fitness und Bewegung
- **Ruhe:** Streben nach Entspannung und emotionaler Sicherheit

Diese Werte und Motive dienen als Basis für die Entwicklung einer Philosophie. Wenn Ihre Philosophie keine(n) dieser Werte befriedigt, ist sie nicht sinnvoll. Will sie alle befriedigen, ist es keine Philosophie mehr.

Damit sind wir am Schluss dieser Serie über Erfolg im Fitnesscenter mit Kansrosa. Diesen Erfolg wünsche ich Ihnen, liebe Leserin, lieber Leser, von ganzem Herzen.

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.