



Schlafen Sie noch oder investieren Sie schon?

Text Tina Kuschnir

Wer vor den Trends die Augen verschließt und nicht die Bereitschaft aufbringt, in den zukünftigen Erfolg zu investieren, wird früher oder später scheitern. Haben Sie in den 90er Jahren an das Ende der Ära vom Mobiltelefon-Imperium Nokia gedacht?

Als Vorreiter der Mobilfunkindustrie ruhte sich der Handyriese auf seinem Markennamen aus und scheiterte am Smartphone-Markt aufgrund seiner mangelnden Bereitschaft, in die Digitalisierung zu investieren. Die Konkurrenz ist in ständiger Bewegung. Die größte Gefahr für ein Unternehmen ist, bei Erfolg in Trägheit zu verfallen.¹ Laut aktueller Umfrage verspüren lediglich 13,6 % der deutschen Fitnessanlagenbetreiber keinen Druck von außen und schätzen die Konkurrenz auf dem Markt als schwach bis sehr schwach ein.

„Investitionen entscheiden über das Sein oder Nichtsein“²

Eine Investition ist nichts anderes als die Verwendung von Kapital. Doch wel-

che Kriterien spielen eine Rolle bei den Pros und Contras einer Investitionsentscheidung? Im Zentrum der Entscheidung stehen drei Faktoren:

- **Erfolg** – Wie hoch ist der zu erwartende Erfolg?
- **Liquidität** – Inwieweit belastet die Investition die Liquidität?
- **Risiko** – Besteht die Gefahr, dass der Erfolg nicht in der geplanten Zeit und nicht in der geplanten Höhe eintritt?³

„Disrupt or be disrupted!“ – Das größte Risiko ist, kein Risiko einzugehen⁴

Auch etablierte Unternehmen tun sich schwer, im Zeitalter der Innovation

und Digitalisierung aus ihren gewohnten Mustern auszubrechen. Möchten Sie einfach existieren, oder wollen Sie wachsen und Erfolge verzeichnen? Dann bleibt Ihnen nichts anderes übrig, als die Komfortzone zu verlassen. Erfolg setzt die Bereitschaft zu investieren und Risiken einzugehen voraus. Wagt man sich in Sicherheit und missachtet die Marktentwicklung, kann das nicht nur für Kleinunternehmen gefährlich werden. Als Amazon einen Umschwung Richtung Digitalisierung nahm, wich der Versandriese Quelle nicht von seinem klassischen Katalogwälzer ab und musste es einige Jahre später mit einer Pleite bezahlen. Auch andere erfolgreiche Konzerne wie Kodak oder Schlecker mussten aus ihrer



So gestaltet sich der Return on Investment mit der BIA-Messung

Trendverweigerung Konsequenzen ziehen und die Poleposition räumen.

In Risiken zu denken und sich in der Komfortzone auszuruhen, führt nicht zum langfristigen Erfolg. Das Zerstören gewohnter Muster und die unternehmerische Bereitschaft, sein gesamtes Geschäftsmodell in neue Richtungen zu lenken, gehört zum Erfolg dazu.⁵

Return on Investment bei den Gesundheitsdienstleistern

Bei dem Entschluss für eine Investition spielt der Return on Investment – der Rückfluss der Investition – eine entscheidende Rolle. Kann mit der geplanten Investition genug Umsatz generiert werden, um ihre Kosten zu decken? Oder erzielt man mit dem eingesetzten Kapital sogar Gewinn?⁶

Laut aktuellen Berichten verzeichnet die deutsche Fitnesswirtschaft eine positive Entwicklung. Die Anzahl der Anlagen wächst, die Investitionsbereitschaft der Anlagenbetreiber wird durch die positive wirtschaftliche und strukturelle Entwicklung der Fitnesswirtschaft begünstigt. Insgesamt signalisieren rund 85 % der Einzelbetreiber, im kommenden Jahr zu investieren. Dabei fokussieren sich die Fitnessanlagen weiterhin auf ihre Kernkompetenzen, um den Bedarf der Zielgruppen nach qualifizierter Dienstleistung im Gesundheitssektor nachhaltig zu bedienen. Dabei setzen sie weiter auf die Schwerpunkte Gesundheit und Training, die weiterhin im Trend liegen, dennoch bereits auf Erfolg erprobt sind.⁷ Wir schauen uns die Auswirkungen auf die Einnahmen einer gesundheitsorientierten Finesseinrich-

tung an, die aus einer Investition in ein professionelles BIA-System resultieren.

Die BIA-Messung⁸ als Geschäftsmodell für gesundheitsorientierte Einrichtungen

Die BIA-Messwerte bilden die Grundlage für die individuelle Kunden-Behandlung. Sie ermöglichen maßgeschneiderte Trainings- und Ernährungsmaßnahmen für Prävention, Therapie und Erfolgskontrolle. Die Messwerte vom Befundbogen als Beratungsgrundlage tragen zur Sensibilisierungs- und Motivationssteigerung bei. Mit handfester Grundlage für die Gestaltung von individuellen Trainings- und Ernährungskonzepten steigern Sie das Vertrauen in Ihre Empfehlungen und die Glaubwürdigkeit Ihrer Einrichtung. Dies trägt aktiv zur Compliance





Kennen Sie diese beiden Hersteller noch? Zwei Beispiele von Unternehmen, die beim Investieren gezögert haben

der Kunden für die dauerhafte Umsetzung Ihrer Empfehlungen bei. Die direkte Auswirkung auf den Umsatz wird oft mit den Einnahmen aus Gebühren für die BIA-Messungen verbunden. Doch es stecken viele weniger offensichtliche ROI-Aspekte in der Investition in ein professionelles BIA-System.

Neukundengewinnung - Erhöhung der Abschlussquote im Verkaufsgespräch
Durch eine BIA-Messung beim Walk-in steigt die Abschlussquote spürbar. Denn ein qualifiziertes Check-Up bietet eine optimale Grundlage für das Sensibilisieren der Interessenten für ihre individuellen Gesundheitsrisiken und die Akzeptanz von angebotenen Lösungsmaßnahmen. Wenn Ihr angebotenes Präventions- und Therapiekonzept nicht auf Mutmaßungen, sondern auf einer fundierten Grundlage basiert, steigt Ihre Glaubwürdigkeit und das Vertrauensverhältnis wird gefestigt.

Kundenbindung - Senkung der Fluktuation

Es ist einfacher und günstiger, einen Kunden zu halten, als einen Neuen zu gewinnen. Stärken Sie die Kundenloyalität. Durch regelmäßige Check-Ups verbuchen Sie belegbare Erfolge, die zum Fortführen und Aufrechterhalten motivieren. Trotz kostengünstiger Wettbewerbsangebote sind Mitglieder gewillt, Ihren Vertrag mit einem höheren Ausstattungs-, Service- und Kompetenzniveau zu tolerieren.

Promotion - Erschließung neuer Kundenkreise

Eine handfeste praxisnahe Kostprobe Ihrer Leistung ist die BIA-Messung mit anschließender Kurzberatung. Die BIA-Messung ist ein ideales Mittel, um Ihre Kompetenz und Beratungsqualität auf Promotion-Events und Gesundheitstagen in Unternehmen zu demonstrieren (Angebot von BGM⁹-Maßnahmen in regionalen Unternehmen).

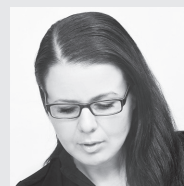
Verkaufssteigerung - Umsatzsteigerung durch zusätzliche Verkäufe

Erhöhen Sie den Verkauf von zusätzlichen Angeboten, klären Sie Ihre Mitglieder über den Zusammenhang zwischen Muskelaufbau und Proteinen auf und steigern Sie so den Umsatz mit Eiweißprodukten. Auch das Anbieten von Zusatzleistungen wie Personal-Training, Ernährungsberatung und Abnehm-Programmen lässt sich durch nachgewiesenen Bedarf in Form der Messergebnisse effizienter vermitteln. Das Angebot von BGM-Maßnahmen ist neben der Kundenakquise ein eigenständiges Businessmodell, das zusätzliche Einnahmen generiert.

Umsatzsteigerung bei Vertragseinnahmen

Durch das Anbieten von unterschiedlichen Beitragsmodellen können Sie eine spürbare Umsatzzunahme erzielen. Durch das Inkludieren von regelmäßigen Messungen und Check-Ups kann eine Premiummitgliedschaft mit

höheren Beiträgen angeboten werden und erfährt bei belegbaren Erfolgen eine höhere Akzeptanz.



Zur Autorin

Tina Kuschnir ist Diplom Betriebswirtin (FH) und arbeitet als Marketing- und Brandmanagerin in der Gesundheitsbranche beim deutschen Distributor einer der weltmarktführenden Marken im BIA-Segment

Quellen:

- 1 vgl. Vogt, Marina (2017) „Etablierte Unternehmen scheitern an der Digitalisierung“ Blogartikel, Digitalisierung, Innovation unter: www.management-circle.de (abgerufen am 30.10.18)
- 2 vgl. Bleis, Christian „Grundlagen Investition und Finanzierung: Lehr- und Arbeitsbuch“ S. 4
- 3 vgl. Bleis, Christian „Grundlagen Investition und Finanzierung: Lehr- und Arbeitsbuch“ S. 4
- 4 Mark Zuckerberg, Facebook-Gründer
- 5 vgl. Granig, Peter, Hartlieb, Erich, Heiden, Bernhard „Mit Innovationsmanagement zu Industrie 4.0 Grundlagen, Strategien, Erfolgsfaktoren und Praxisbeispiele“ S. 77
- 6 vgl. Schuder, Grit (2014): „Return on Investment“ unter: www.unternehmerlexikon.de/return-on-investment (abgerufen am 31.10.2018)
- 7 vgl. DSSV (2018): „Eckdaten der deutschen Fitness-Wirtschaft“
- 8 BIA: Bioelektrische Impedanzanalyse ist ein nicht invasives Verfahren für die Analyse der menschlichen Körperzusammensetzung. Mit Stromimpulsen werden die Widerstände (Impedanzen) gemessen, daraus wird die Zusammensetzung des Körpers wie Muskel-, Fett- und Wasseranteil bestimmt. (vgl. www.inBody.de/technologie)
- 9 BGM: betriebliches Gesundheitsmanagement