

# Hindernisse überwinden

## Die Krise als Chance

Die Wirtschaftskrise zieht ihre Kreise und immer mehr Menschen sind davon betroffen. Dennoch haben Trainer die Möglichkeit, unter Berücksichtigung einiger Verhaltensmaßnahmen im Umgang mit ihren Kunden, von der angespannten Situation zu profitieren.

**W**ir durchlaufen eine große Krise, aber große Krisen sind auch große Chancen und haben immer eine Bedeutung für weiteres Wachstum, im persönlichen wie im wirtschaftlichen und sozialen Leben“. Diese Aussage tätigte Zukunftsforscher Matthias Horx bei einem Interview der EpochTimes-Deutschland Ende des vergangenen Jahres. Der Duden definiert „Krise“ als eine mit einem Wendepunkt verknüpfte Entscheidungssituation, also eine entscheidende schwierige Situation. Von einer anderen Seite aus betrachtet, ergeben sich in einer Krise unvorhersehbare Möglichkeiten und neue Chancen. Es gibt persönliche Krisen, die sicherlich jeder von uns schon einmal durchlebt hat. Denken Sie zurück, in welcher Entscheidungssituation waren Sie damals? Welche neuen Möglichkeiten haben sich Ihnen eröffnet? War es letztendlich eine Chance, die Sie ein Stück weiter gebracht hat?

### Die Situation der Branche

Wie sieht nun der aktuelle Wendepunkt bzw. die Entscheidungssituation in der Fitness- und Wellness-Branche aus?

Hierzu eine kurze Marktübersicht in Anlehnung an die Deloitte-Studie „Der deutsche Fitnessmarkt“: Der Markt wuchs im Jahr 2008 noch mal kräftig an und scheint bisher von der allgemeinen Konsumzurückhaltung ausgeschlossen zu sein. Auch im laufenden Jahr stehen die Zeichen bisher auf Stabilität. Die Zahl der Fitnessstudiomitglieder stieg im Jahr 2008 um 8,8 % auf knapp 6 Millionen. Deren Anteil an der Gesamtbevölkerung wuchs damit auf 7,2 %. Dabei bevorzugen die Kunden entweder Premium- oder Discountanbieter, während die „Mitte“ ver-

#### Literatur

Horx M.: TheEpochTimes – Interview Dez. 2008

Deloitte: Fit durch stürmische Zeiten, Der deutsche Fitness-/Wellness-Markt 2008/2009

Duden: Das Herkunftswörterbuch – Etymologie der deutschen Sprache



Foto: Nautilus

liert. Bei den Betreibern von Fitnessstudios sehen knapp 85 % den Einfluss der gesamtwirtschaftlichen Lage auf die Nachfrage nach ihren Angeboten als relativ gering an.

Die Fitness-Branche befindet sich demnach in (noch) keiner schwierigen Situation. Folgendes gilt zu bedenken: Sollte die Fitness- und Wellness-Branche weiterhin kaum von der aktuellen Konjunkturlage betroffen sein, so werden Trainer mit Sicherheit den Ein oder Anderen betreuen, der von der aktuellen Krise betroffen ist, sei es durch Kurzarbeit, Jobverlust oder im privaten Bereich. Entscheidet für den Trainer ist dann: Schafft er es dem Kunden aufzuzeigen, dass er die Krise zu seiner Chance machen kann?

## Vier Erfolgstrategien

**1. Nutzen aufzeigen.** Am Sport und der eigenen Fitness sparen die Menschen bisher noch nicht. Gerade in Zeiten der Rezession und Kurzarbeit in einigen Branchen sowie betriebsbedingten Kündigungen sichert die eigene Fitness und die damit verbundene gesteigerte Leistungsfähigkeit einen Wettbewerbsvorteil. Als Fitnesstrainer im Studio oder auch als Personaltrainer gilt es, diesen Nutzen seinen Kunden konkret aufzuzeigen. Fitnesstraining bewirkt beispielsweise Stressabbau, Verbesserung des körperlichen und geistigen Durchhaltevermögens, einen schmerzfreien Rücken oder eine ausgewogene Work-Life-Balance. Dies kann sich wiederum positiv auf die restlichen Lebensbereiche auswirken und Auslöser für eine positive Spirale sein.

**2. Training als Ausgleich.** Gerade als Trainer hat man eine Vorbild- und Schlüsselfunktion für seine Kunden. Diese gilt es gezielt bei der eigenen Positionierung im Studio oder bei seinen Kunden einzusetzen und möglichst konstruktiv zu gestalten. Der Job des Trainers liegt unter anderem darin, den Trainierenden kompetent zu unterstützen, neue Wege aufzuzeigen und ihn zur Erreichung seiner Ziele zu motivieren sowie selbst einen klaren Kopf zu bewahren, Tatkraft, Humor, Optimismus, Initiative und Kundenorientierung an den Tag zu legen. Die Kunden kommen gestresst von der Arbeit, werden von allen Seiten mit der Krise konfrontiert, sei es in den Medien, auf der Arbeit oder privat. Gerade dann ist es für den Kunden eine Wohltat das Fitnesstraining in seiner Freizeit als „seine Insel im Alltag“

Trainer können unter Berücksichtigung einiger Verhaltensmaßnahmen im Umgang mit den Trainierenden von der Wirtschaftskrise profitieren



Foto: ActivaMedici

und die „Krise als seine Chance“ zu erleben. Anstatt den Kopf in den Sand zu stecken, heißt es optimistische Präsenz zeigen und fit bleiben!

**3. „Jetzt trainieren, später bezahlen!“** – Auch in konjunkturschwachen Zeiten sollten die Honorare beibehalten werden. Ansonsten sind die Stundensätze dauerhaft ruiniert. Stattdessen gilt es zu überlegen, wie dem Kunden wirklich geholfen werden kann? Ist er wirklich in wirtschaftlichen Schwierigkeiten und kommuniziert er dies auch, so können ihm beispielsweise flexible Zahlungsvereinbarungen angeboten werden.

**4. „Wer nichts weiß macht es über den Preis!“** – Falls Kunden einen „Krisen-Rabatt“ möchten, ist es wichtig sich über folgendes klar zu sein: ein „Krisen-Rabatt“ wird Kunden keine Hilfe sein. Zeigen Sie als Trainer deshalb dem Kunden den konkreten Nutzen (seine Chance) auf, den er durch das Training erfährt und halten Sie Ihren Stundensatz.

## Fazit

Krise oder Chance? Das ist eine Sache der Einstellung! Nutzt die (Un-)Gunst der Stunde: Es ist als Trainer derzeit wichtiger denn je, sich mit dem Bedarf und den aktuellen Wünschen und Problemen der Kunden auseinander zu setzen. Dadurch wird es möglich Leistungen zu erbringen, die sich in echte, überdauernde Wettbewerbsvorteile ummünzen lassen. So können sowohl Trainer als auch Kunden trotz Krise Erfolg haben.

Karl Drack



**Karl Drack** | Abschluss als Magister der Wirtschafts- und Sozialwissenschaft an den Universitäten Linz (A) und Passau. Mehrfache Trainerlizenzen für Verkauf, Persönlichkeits-, Führungs- und Teamentwicklung. Langjähriger Studioleiter und seit 1998 knapp 40 Unternehmensberatungsprojekte und knapp 300 Einzelcoachings. Seit 1998 unterstützt er das Team der BSA-Akademie und der DHPG als Dozent und Prüfer. Kontakt: [www.drack.com](http://www.drack.com)