

Trainiere wie ein Astronaut

«Das Leben ist zu kurz, um es in einem Fitnessstudio zu verbringen. Trainiere lieber sechs Minuten und geniess dein Leben.» Swiss Distribution hat bei den beiden Gründern von Aurum Fitness nachgefragt, was es damit auf sich hat. Ihre Story begann 2018.

Von **Melanie Käser***

MELANIE KÄSER Euer Slogan verspricht viel. Was steckt dahinter?

JULIAN MASSLER, PHILIPP ANDRIS Unser Erfolgsrezept basiert auf dem High Intensity Training, das ermöglicht, in kürzester Zeit maximale Ergebnisse zu erzielen. Dafür haben wir eine Trainingsmaschine und eine Software entwickelt. Unsere Trainings sind intensiv und effektiv, aber kurz genug, um sie in den Alltag zu integrieren.

Der Fitnessmarkt ist innovativ, gleichzeitig aber auch gesättigt. Warum habt ihr euch entschieden, trotzdem in diese Branche einzusteigen?

Aktuell teilt sich der Fitnessmarkt in zwei Hauptkategorien auf: Discounter und spezialisierte Anbieter. Wir sprechen bewusst nicht den klassischen Fitnesskunden an. Bei uns werden Mitglieder während des gesamten Trainings durch einen speziell ausgebildeten Personal Trainer begleitet. Der Trainierende hat einen festen Termin und einen Zeiteinsatz von nicht mehr als 20 Minuten pro Woche. Ausserdem können wir die Kraftsteigerung in der App für den Kunden darstellen.

Die Anzahl der Studios, die teilweise von euren Franchisepartnern betrieben werden, steigt. Ist es einfacher,

mit selbstständigen Franchisepartnern zu wachsen? Was sind aber auch die Herausforderungen?

Die Entscheidung, mit Franchisepartnern zu wachsen, hat sich als effektiv erwiesen. Durch das Franchisemodell können wir unser Wachstum beschleunigen, indem wir die Vorteile der lokalen Marktkenntnisse und des Unternehmertums unserer Partner nutzen. Unsere Franchisepartner betreiben die Studios mit dem gleichen Engagement wie wir. Natürlich gibt es Herausforderungen bei der Zusammenarbeit. Wir müssen sicherstellen, dass jeder Partner unsere Standards einhält, um die Qualität zu gewährleisten.

Worauf schaut ihr bei der Auswahl der Franchisenehmer besonders? Ist Freude für den Sport ein Muss?

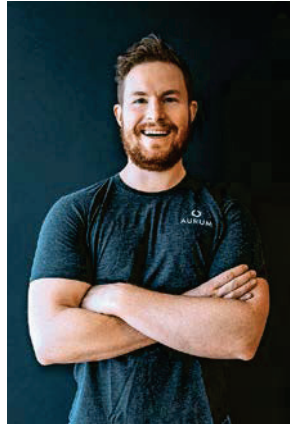
Wir suchen nach Personen, die unsere Vision teilen und die gleiche Leidenschaft für Fitness und einen gesunden Lebensstil haben. Natürlich ist es ein Vorteil, wenn ein potenzieller Franchisenehmer Erfahrung in der Fitnessbranche hat, aber das ist nicht Voraussetzung. Wir legen mehr Wert auf die Fähigkeit, ein erfolgreiches Unternehmen zu führen. Bei der Auswahl ist es uns wichtig, dass sie über ausreichende finanzielle Ressourcen und Fähigkeiten verfügen, um ein Studio erfolgreich zu betreiben. Wir bieten



umfassende Schulungen, Unterstützung und Betreuung an, um sicherzustellen, dass sie die besten Voraussetzungen erhalten.

Welche Gestaltungsmöglichkeiten haben eure Franchisepartner? Wie gestaltet ihr die Zusammenarbeit attraktiv für beide Seiten?

Als junges Unternehmen sehen wir uns noch in einer Lernphase und profitieren vom Input unserer Franchisepartner. Ein regelmässiger Austausch ermöglicht eine konstante Verbesserung. Gemeinsam testen wir neue Marketingstrategien, um unser Angebot stetig zu verbessern. Dafür rufen wir derzeit den Franchisepartnerbeirat ins Leben, um die technologische



Julian Massler



Philipp Andris

«Unsere Trainings sind intensiv und effektiv, aber kurz genug, um sie in den Alltag zu integrieren.»

Entwicklungs-Roadmap gemeinsam zu gestalten und Prioritäten für die kommenden Quartale zu setzen.

Bei Start-ups geht es auch immer ums Finanzielle. Die Banken sind streng. War euer Businessplan besonders attraktiv?

Ein einzelnes Studio ist mit 250 Kunden ausgelastet und damit schnell profitabel. In den ersten zwei, drei Monaten nach Eröffnung gewinnen wir durch unser Ramp-up-Marketing oft mehr als 100 Kunden. Ein Grossteil zahlt den Jahresbeitrag als Gesamtbeitrag im Voraus, sodass ein Standort für die meisten Partner bald nach Eröffnung profitabel ist. Drei unserer ersten Franchisepartner konnten so in weni-

ger als einem Jahr bereits ihren zweiten Standort eröffnen. Gerade für Banken sind wiederkehrende Umsätze ein schlagkräftiges Argument. Wir haben im Branchenvergleich eine hohe Erneuerungsrate bei den Mitgliedschaften, sodass Bestandskunden nach einem Jahr der Haupttreiber der Verkäufe sind und so stabile Umsätze erwirtschaftet werden. Viele Standorte bieten zudem die Möglichkeit, die Kundenkapazität flexibel durch eine zweite Aurum-One-Maschine zu verdoppeln.

Zu guter Letzt: Habt ihr Tipps für zukünftige Unternehmensgründer? Reicht eine Vision, um erfolgreich zu sein? Was habt ihr gemacht, um eure Vision zu manifestieren?

Unsere Vision «Alle Menschen haben die Kraft, das Leben zu geniessen» gibt uns unseren Nordstern: das Warum. Warum wir jeden Morgen aufstehen und arbeiten gehen. Und das ist wichtig für ein Unternehmen. Visionen und selbst Strategien alleine sind aber nicht viel wert ohne gute Ausführung. Eine mittelmässige Strategie, gut umgesetzt, ist besser als die beste Strategie, schlecht umgesetzt. Für uns war es zudem wichtig, unser Produkt am Markt zu testen. Nur so sieht man, was funktioniert. Franchising hat uns gezwungen, zu dokumentieren und replizierbare Prozesse und Systeme für alle Geschäftsprozesse zu schaffen. Wir wenden das aber nicht nur für Franchisepartner an, sondern versuchen, auch alle internen Prozesse zu dokumentieren und zu systematisieren. Ich empfehle allen Unternehmern, so früh wie möglich damit anzufangen - unabhängig davon, ob sie ein Franchisesystem sind oder nicht.

**Melanie Käser, Geschäftsführerin von Swiss Distribution, befasst sich als Rechtsanwältin mit rechtlichen und konzeptionellen Fragen rund um Vertriebssysteme mit selbstständigen Partnern.*