

Spaß statt perfekte Körper: Mit Fitness in Bewegung kommen

Nackte, perfekte Oberkörper sucht man in der Werbung der FitX Deutschland GmbH mit Sitz in Essen vergeblich. In ihren bald 86 Studios geht es um Spaß an der Bewegung und das Gemeinschaftserlebnis. Spezielle Zielgruppe? Keine. Denn bei FitX ist jeder Mensch willkommen und findet in dem großen Angebot das, was er braucht. Fitness für alle ist hier eben nicht nur ein Slogan. Zum zehnjährigen Jubiläum möchte der Fitnessanbieter noch mehr Menschen zusammenbringen – und damit in vielerlei Hinsicht Gutes tun.



Das erste FitX Studio öffnete im November 2009 im Essener Nordviertel seine Türen. Es war der Start einer Bewegung – auch im Wortsinn – und unterschied sich von Beginn an von den Wettbewerbern. Gründer Jacob Fatih setzte auf ein Konzept, das, anders als alle anderen Ketten in Deutschland, nicht auf einem Franchise-Modell beruhte. „Unsere ClassX-Kurse entwickeln wir komplett allein. Wir schulen und trainieren unsere Trainer und auch ansons-

„ Es geht darum, Spaß an Bewegung zu haben und nicht um das Aussehen. Wir nehmen das Ganze nicht so ernst.“

ten mache wir alles selbst, von der Musik bis zu den Choreografien“, erklärt Geschäftsführer Markus Vancraeyenest. Die Mitglieder wissen, was sie daran haben. Das gilt für sämtliche Studios, denn alle bieten auf durchschnittlich 2.500 m² das gleiche Angebot rund um die Uhr, an 365 Tagen im Jahr:

sieben Trainingsbereiche, bestehend aus Kursraum, Trainingsfläche, Cardio, Zirkel, Lady Gym, Turnecke und einem separaten Freihandbereich, außerdem umfangreiche Gruppen-Kursangebote unter dem Namen ClassX. Mitglieder zahlen bei zwölfmonatiger Vertragslaufzeit einen Monatsbeitrag

von 20 EUR plus eine einmalige Aktivierungspauschale von 29 EUR. Dafür können sie in jedem Studio in ganz Deutschland trainieren. FitX beschäftigt heute mehr als 2.500 Mitarbeiter. Das 86. Studio wird im November 2019 in Remscheid eröffnet.

IN MITGLIEDER INVESTIEREN

Markus Vancraeyenest erklärt, worauf es in seinem Geschäft ankommt: „Den Preis bieten mitt-

lerweile viele. Am Ende musst du einfach besser sein.“ Dazu seien folgende Faktoren wichtig: „Der Fokus auf Service, saubere Studios, intakte Geräte, Offensein für Trends und gute Angebote, was die Kurse angeht – das ist eine große Stärke von uns.“ FitX legt viel Wert auf eine transparente Struktur. Statt Angeboten und Rabatten für Neu-Mitglieder setzen die Essener auf einen einheitlichen Monatsbeitrag und Mitgliederpflege. Denn nicht nur Markus Vancraeyenest vertritt im Unternehmen die Auffassung: „Man sollte mehr in die Mitglieder, die man hat, investieren als in die, die man haben will.“

Mehr als 700.000 aktive Mitglieder sind ebenfalls von diesem Konzept überzeugt. „Dadurch, dass wir überall das gleiche Angebot haben, gibt es keine Überraschungen. Und es ermöglicht uns, kostensparend zu arbeiten“, führt der Geschäftsführer aus. Das schnelle Wachstum der Kette war allerdings auch eine Herausforderung, berichtet er. „Wir sind viermal in Folge das am schnellsten wachsende Unternehmen in Deutschland

gewesen. Daher gab es viel Optimierungsbedarf in den Prozessen. Die ganze Branche ist beständig gewachsen. Irgendwann wird es zu Konsolidierungen kommen“, ist Markus Vancraeyenest überzeugt. Der studierte Diplomingenieur war zuvor für große Handelsunternehmen in 28 verschiedenen Ländern tätig. Dann suchte er eine neue Herausforderung und lernte Jacob Fatih kennen. „So bin ich 2016 als Geschäftsbereichsleiter für Expansion und kaufmännische Leitung eingestiegen und habe nach dem Ausscheiden von Jacob Fatih im Juni die Geschäftsführung übernommen.“

SPASS AN BEWEGUNG

Pläne, ins Ausland zu expandieren, gibt es derzeit nicht – der Fokus liegt (noch) auf Deutschland. „Der Fitness-Markt hierzulande ist sehr speziell und fordert unsere ganze Aufmerksamkeit. Es gibt nicht so viele große Ketten“, so der Geschäftsführer. Sich abzuheben gelingt FitX unter anderem durch sein öffentliches Auftreten – aus



Die Kurswelt ClassX bietet für jeden etwas – FatburnX ist eines von vielen Kursangeboten

„ Bewegung ist wichtig. Fitness verändert Menschen. Wir verändern Fitness.“

gutem Grund, wie Markus Vancraeyenest deutlich macht: „Bei uns steht nicht die typische Klischeefitness im Vordergrund, sondern die Bewegung unter dem Motto ‘for all of us’. Es geht darum, Spaß an Bewegung zu haben und nicht um das Aussehen. Wir nehmen das Ganze nicht so ernst.“ Auch in den Kampagnen setzt man deshalb statt auf perfekt trainierte Körper auf den Spaßfaktor. Bei

Eröffnungen steht das klassische regionale Marketing im Vordergrund. Doch auch die Präsenz im digitalen Bereich wird verstärkt. Damit beschäftigt sich derzeit eine digitale Abteilung in Berlin mit 40 Mitarbeitern. Doch in erster Linie bleibt FitX bei der persönlichen Ansprache, direkt im Studio, aber auch indirekt: „Da unser Angebot so erfolgreich ist, haben wir uns extrem darauf verlassen, dass sich



Krafttraining für alle: Das Geräteangebot lässt keine Trainingswünsche offen



Viel investiert: Alle FitX Studios sind State of the Art



Gemeinsam in Bewegung kommen: Fitness bei FitX ist ein Gemeinschaftserlebnis



86 Mal in Deutschland: Den Mitgliedern stehen zum Trainieren alle Studios von FitX offen

In Kürze
Kernkompetenz
Fitnessstudios

Zahlen & Fakten

- Gegründet: 2009
- Struktur: GmbH
- Niederlassungen: 85 Studios bundesweit
- Mitarbeiter: über 2.500
- Export: nur Deutschland

Leistungsspektrum

Trainingsfläche, Cardio, Zirkel, Lady Gym, Turnecke, Freihantelbereich; Gruppen-Fitnesskurse

Zielgruppen

Menschen jeder Altersklasse, Unternehmen

Philosophie

„Bei FitX ist jeder willkommen!“

Zukunft

Expansion, Eröffnung neuer Studios



FitX-Family: Fitness bringt Menschen zusammen

die Zahl unserer Mitglieder durch Mundpropaganda erhöht. Sie ist auch heute noch am Wichtigsten für uns“, betont der Geschäftsführer. Als besonderes Bonbon für ihre Mitglieder bietet die Kette eine eigene Fitness-App, basierend auf dem FitX-Konzept, mit Ernährungs- und Trainingsplänen. Mit ihr können auch ganz einfache Termine gemacht werden.

FITNESS FÜR FIRMEN

Ein noch recht junges Feld für FitX ist das B2B-Geschäft. „Im vergangenen Jahr haben wir als

Reaktion auf Anfragen von Firmen angefangen, verschiedene Modelle für Unternehmen anzubieten. Mittlerweile läuft das sehr erfolgreich und ist unser am stärksten wachsender Bereich“, erzählt Markus Vancraeyenest. Viele weitere Anfragen, die auf betriebliches Gesundheitsmanagement und Prävention abzielen, liegen bereits vor. „Es geht dabei auch um die Zusammenarbeit mit Krankenkassen. Die Verhandlungen mit ihnen sind bereits relativ weit fortgeschritten“, ergänzt er. Ein weiterer großer Schwerpunkt soll 2020 auf der Gewinnung qualifi-



Der Gesundheit zuliebe: Regelmäßiges Training zahlt sich aus

zierter Mitarbeiter liegen. Markus Vancraeyenest betont: „Uns liegt viel daran, das Berufsbild weiter zu professionalisieren. Damit heben wir uns vom Wettbewerb ab.“ Die Kurswelt ClassX soll noch stärker an den Markt gebracht werden. Auch konzeptionell möchte man sich weiterentwickeln. Neue Ideen werden dazu in einem Teststudio ausprobiert. Fest steht: FitX bleibt analog. „Wir unterscheiden uns durch das Gemeinschaftserlebnis. Deshalb glauben wir explizit nicht an digitale Produkte“, stellt der Geschäftsführer klar.

ZUM GEBURTSTAG GUTES TUN

Zum zehnjährigen Jubiläum im November 2019 haben sich die Fitnessexperten viel vorgenommen. „Es ist an der Zeit, etwas zurückzugeben“, findet Markus Vancraeyenest. Bei einem Spinning Marathon wurden bereits Sachspenden gesammelt. Ende November sind Mitarbeiter und Mitglieder aufgerufen, am RTL Spendenmarathon teilzunehmen und haben dabei die Möglichkeit, Joey Kelly, einstiges Mitglied der Band The Kelly Family und

Extremsportler, zu Weltrekordversuchen herauszufordern. Mitarbeiter konnten sich unter dem Motto 'Herzensprojekte' zudem für Projekte bewerben, bei denen Bewegung gesponsert wurde. „Man merkt, dass dies extrem viel mit unseren Mitarbeitern macht. Darum geht es uns ja: Leute in Bewegung zu bringen“, so der Firmenchef, dem ein weiteres Projekt sehr am Herzen liegt: Gemeinsam mit den Ärzten des Westdeutschen Tumorzentrums in Essen hat FitX

ein komplettes Kursprogramm auf die Beine gestellt, um Rehamaßnahmen umzusetzen. „Das Ziel ist, dass die Patienten wieder in Bewegung kommen, bei uns im Studio, durch ein Gemeinschaftserlebnis mit anderen in einer ähnlichen Situation.“ Um Gemeinschaft geht es immer bei FitX, macht Markus Vancraeyenest deutlich: „Wir bezeichnen uns als FitX-Family. Wir teilen dieselben Werte und verteidigen sie mit Händen und Füßen.“



FitX Deutschland GmbH

Stoppenberger Straße 61
45141 Essen
Deutschland

+49 201 8067457200

info@fitx.de

www.fitx.de



Der großzügige Freihantelbereich ist Bestandteil aller Studios



Ausdauer verbessern: Cardio-Training macht fit für den Alltag



Mitgliederpflege vor Mitgliedergewinnung: Mehr als 2.500 freundliche Mitarbeiter sorgen für die kompetente Betreuung der Mitglieder



Abwechslung inklusive: Die FitX Studios bieten vielfältige Trainingsmöglichkeiten