

Unternehmensstruktur

Geplant ist, den zirkeltrainingsgeräte Club als Inhaber geführte Einzelgesellschaft zu betreiben. Vorteile sind hier der geringe Aufwand bei der Buchführung und die deutlich geringeren Gründungskosten im Gegensatz z.B. bei einer GmbH.

Wie schon erwähnt, werden wir den Zirkeltrainingsgeräte Club gemeinsam führen. Die Aufgabe von mir, _____, wird hauptsächlich die Mitgliederbetreuung, das eigentliche operative Tagesgeschäft und das Veranstalten von Sonderaktionen sein. Ich, _____, übernehme den administrativen Teil mit Marketing, Mitgliedergewinnung, Buchführung und Pflege der Kunden und bin bei der Gesellschaft als 30-Stunden Kraft angestellt.

Unser Geschäftsvorhaben besteht in der Eröffnung eines _____ qm großen, persönlichen Sport- und Gesundheitsclubs hauptsächlich für Frauen ab 35 mit Zirkeltrainingsgeräte, später wird das Angebot auch auf Senioren und Kinder ausgeweitet. Der Club bietet den Kunden ein ganzheitliches Konzept. Das Angebot umfasst eine professionelle Ernährungsberatung und das Training an hochwertigen, hydraulischen Zirkeltrainingsgeräten von powerzirkel (www.powerzirkel.de) mit 30 - minütigen Trainingseinheiten zur optimalen Fettverbrennung und Schulung der gesundheitlich wichtigen Grundlagenausdauer. Unsere Zielgruppe sind Frauen ab 35, Senioren und Kinder, die eine Ernährungsumstellung mit Motivation zur Bewegung benötigen und in der Regel kein Idealgewicht haben. Diese Zielgruppen gehen in kein herkömmliches Fitness- Studio.

Ein großer Aufgabenbereich ist die Neumitgliedergewinnung durch Zeitungsanzeigen, knüpfen und pflegen von Kontakten zu Ärzten, Physiotherapeuten, Krankenkassen, Kosmetiksalons und Nagelstudios. Eben überall dort, wo die Zielgruppe der Kunden auch zu finden ist.

Diese Kontakte werden für Vortragsabende und Sonderveranstaltungen genutzt.

Die Kernöffnungszeiten sind :

Montag - Freitag	9.00 - 13.00 Uhr
	15.00 - 19.00 Uhr
Samstag	10.00 - 12.00 Uhr

Diese Zeiten werden aber je nach Bedarf abgeändert. So werden wir an mindestens einem Abend in der Woche bis 20.00 Uhr geöffnet haben.

Standort und Wettbewerb

Für unseren Zirkeltrainingsgeräte studio haben wir schon das passende Ladenlokal gefunden. Es ist in _____ auf der _____ Str. _____ Diesen Standort haben wir ausgesucht, weil er mit seinen _____ Einwohnern und seiner 1A- Lage in unserer Heimatstadt liegt und weil wir dort keine konkurrierenden Unternehmen haben. Lediglich ein herkömmliches Fitnessstudio oder „Zirkeltrainingsgeräte“ studio findet man hier, welches aber am anderen Ende der Stadt in einem Industriegebiet ist.

Außerdem sollte man uns nicht mit einem normalen Fitnessstudio vergleichen. Was uns vom Wettbewerb unterscheidet, sind ganz klar die andere Zielgruppe, individuelle Betreuung durch die ständige Anwesenheit eines Ansprechpartners, der Clubcharakter, die Gelenk schonenden Trainingsgeräte, flexible Trainingszeiten, der Standortvorteil und nicht zuletzt unsere Marketingstrategie.

Das Ladenlokal an der Hauptverkehrsstraße von _____ ist mit seinen _____ qm optimal für unser Vorhaben. In unmittelbarer Nähe befinden sich ein _____, ein _____, ein _____markt, eine Eisdiele, eine Videothek, ein Tiernahrungsgeschäft, ein Sonnenstudio und noch einige kleinere Unternehmen.

Direkt neben unserem Objekt eröffnet in Kürze ein _____. Eben dort, wo unsere Zielgruppe täglich ihre Einkäufe und Erledigungen tätigt.

Weitere Vorteile des Standorts sind die guten Möglichkeiten der Außenwerbung und die hohe Kundenfrequenz an dieser Straße. Es stehen ausreichend kostenlose Parkplätze am Ladenlokal zur Verfügung. Die Mietkosten für dieses Objekt betragen _____ Euro ohne MwSt.

Nötige Versicherungen wären noch:

1. Versicherungsschutz gegen Feuer,- Einbruch,- Diebstahl,- Leitungswasser- und Sturmschäden, soweit diese vom Vermieter nicht angemessen versichert sind.
2. Versicherungsschutz gegen Betriebsunterbrechung
3. Versicherungsschutz gegen Haftpflichtansprüche dritter mit angemessener Mindestdeckungssumme.

Mitgliedergewinnung und -betreuung

Eine wichtige Rolle vor Eröffnung unseres Clubs spielt der Vorverkauf, das heißt, es werden schon _____ Wochen vor Eröffnung Marketingmaßnahmen ergriffen, um die Mitgliedergewinnung im Vorfeld zu gewährleisten.

Dies geschieht durch Anzeigenschaltungen, Pressearbeit in Form von redaktionellen Beiträgen in regionalen Zeitungen, Promotion im Umfeld des Clubs und an stark frequentierten Plätzen im Einzugsgebiet, Durchführung von Gewinnspielen bei Kooperationspartnern, Kundenaquise im persönlichen Umfeld, Verteilen von Flyern und Hauswurfsendungen.

Die Erfahrungen haben gezeigt, dass die durchschnittliche Mitgliederzahl der letzten Eröffnungen bei ca. 100 lagen.

Wie oben schon erwähnt, sind diese und weitere Marketingmaßnahmen auf Dauer ausgerichtet, um die Fluktuation auszugleichen und natürlich um ein gesundes Wachstum sicherzustellen.

Regelmäßig werden bei bestehenden Mitgliedern sogenannte „Check - Up`s“ durchgeführt. Dies dient dazu, bei den Mitgliedern den Erfolg und das Erreichen gesteckter Ziele messbar zu machen und führt somit auch zur Kundenbindung. Weitere Maßnahmen zur Mitgliederbindung sind die regelmäßigen Sonderveranstaltungen, wie Ernährungsberatungen, Gastvorträge von Kooperationspartnern, so genannte „Powerzirkel“, Weihnachtsfeiern, auch mal ein Tupperabend oder Aktivitäten außerhalb des Clubs, wie Radtouren oder Wanderungen. Hier kommen wieder unsere schon genannten Stärken wie Erfahrung im Marketing, Überzeugungskraft, Beratungsstärke und unsere sozialen Fähigkeiten zum tragen.