

Sparring auf Augenhöhe

Werden Sie durch Unternehmenscoaching noch erfolgreicher!

Die Fitnessbranche ist in Bewegung. Der Markt selbst zeichnet sich momentan durch eine Expansion der Ketten- und Filialbetriebe aus. Der Druck auf klassische, inhabergeführte Studios wächst. Externe Einflussfaktoren sind der demografische Wandel und die daraus resultierende Nachfragesteigerung. Aufgrund dieser Entwicklung werden neue – finanzstarke – Akteure in den Markt eintreten. Eingesessene inhabergeführte Unternehmen müssen sich zukünftig jedoch nicht nur gegenüber Discountern und spezialisierten Nischenanbietern behaupten, sondern sich noch stärker betriebswirtschaftlich orientieren und neben gesetzlichen Anforderungen auch die steigenden Qualitätsansprüche ihrer Kunden erfüllen.

Studiobetreiber, die sich für ein „Weiter so“ entscheiden oder ausschließlich den bisherigen Lösungen der Fitnessbranche vertrauen und sich in Managementthemen nicht breiter aufstellen, ohne das Bewährte aufzugeben, werden in wenigen Jahren nicht mehr wettbewerbsfähig sein. Mit dem professionellen Input eines externen Unternehmenscoachs wird es ein inhabergeführtes Fitnessunternehmen deutlich einfacher schaffen, seine Wettbewerbsfähigkeit dauerhaft zu gewähr-



leisten und den Fortbestand des Studios zu sichern.

Unternehmenscoaching – was ist das eigentlich?

Der Begriff „Coaching“ ist inzwischen zu einem Synonym für unterschiedlichste Beratungsdienstleistungen geworden. Was ist und was soll ein Unternehmenscoaching bringen? Und wie seriös sind derartige Unternehmenscoachings? Erfahrungen und tiefe Einblicke in die inneren Strukturen von spezialisierten Unternehmensberatungen im Sport- und Fitnessmarkt zeigen ein uneinheitliches Bild. Es gibt professionell auftretende Beratungsfirmen, die vor allem Marketingkonzepte, jedoch in der Regel keine individuelle, persönliche Beratung über einen längeren Zeitraum anbieten. Darüber hinaus gibt es zahlreiche Berater, die vor allem die Praxis kennen, jedoch oft keine Kenntnisse von Coaching- und Beratungsmethoden erworben haben. Erfolgsgarantien kann in dieser Branche niemand liefern. Auch hier ist der gesunde Menschenverstand des Studiobetreibers gefragt. Was soll durch einen Berater oder Coach erreicht werden? Wie wirksam ist ein Coaching? Wer wissen will, wie ein Coaching abläuft, hat eine ganz einfache Möglichkeit, das zu erfahren: Man sucht sich einen geeignet erscheinenden Coach und probiert es einfach aus. Der Einsatz von Ressourcen in Form von Zeit und Geld kann in der Kennenlernphase begrenzt werden.

Ein Coach, wenn er denn nicht nur ein verkappter Berater ist, kann ein Erfolgsturbo für Ihren Club werden – vorausgesetzt, er beherrscht sein Handwerk. Ein Coach muss Ihnen ohne zu zögern erklären können, was man unter einem „Unternehmenscoaching“ versteht und wie sich ein Coaching von einem Training und einer Beratung abgrenzt (siehe Kasten Seite 50).

Stellen Sie sich also einen erfahrenen Unternehmer mit Fach- und Expertenwissen vor, der außer seinen Erfahrungen auch noch erweiterte Kenntnisse in NLP, Businessstraining und Coaching mitbringt. Das ist ein Unternehmenscoach.

Unternehmenscoaching für Sport- und Freizeitbetriebe

Ein effektives Unternehmenscoaching für Fitnessunternehmen ist immer mittel- und langfristig ausgelegt. Zu Be-

ginn des Unternehmenscoachings wird ein definierter Zeitraum festgelegt; hier empfiehlt sich ein Betrachtungszeitraum von drei Jahren. Natürlich kann zu Beginn des Coachings auch ein kürzerer Zeitrahmen vereinbart werden, wobei zwölf Monate nicht unterschritten werden sollten.

Neben personellen und organisatorischen Dingen sollten auch strategische und finanzwirtschaftliche Themen angegangen werden. Welche Möglichkeiten

und Themen dabei betrachtet werden, wird gemeinsam entschieden (mögliche Themen siehe Abbildung 1 unten).

Wo liegt der Nutzen für Clubbetreiber?

Wer kennt nicht den Spruch „Den Wald vor lauter Bäumen nicht sehen“ – ähnlich geht es oft Unternehmern, die, gefesselt vom Tagesgeschäft, Woche für Woche im Hamsterrad verbringen. Es wird dann immer schwerer, die Energie aufzubringen,

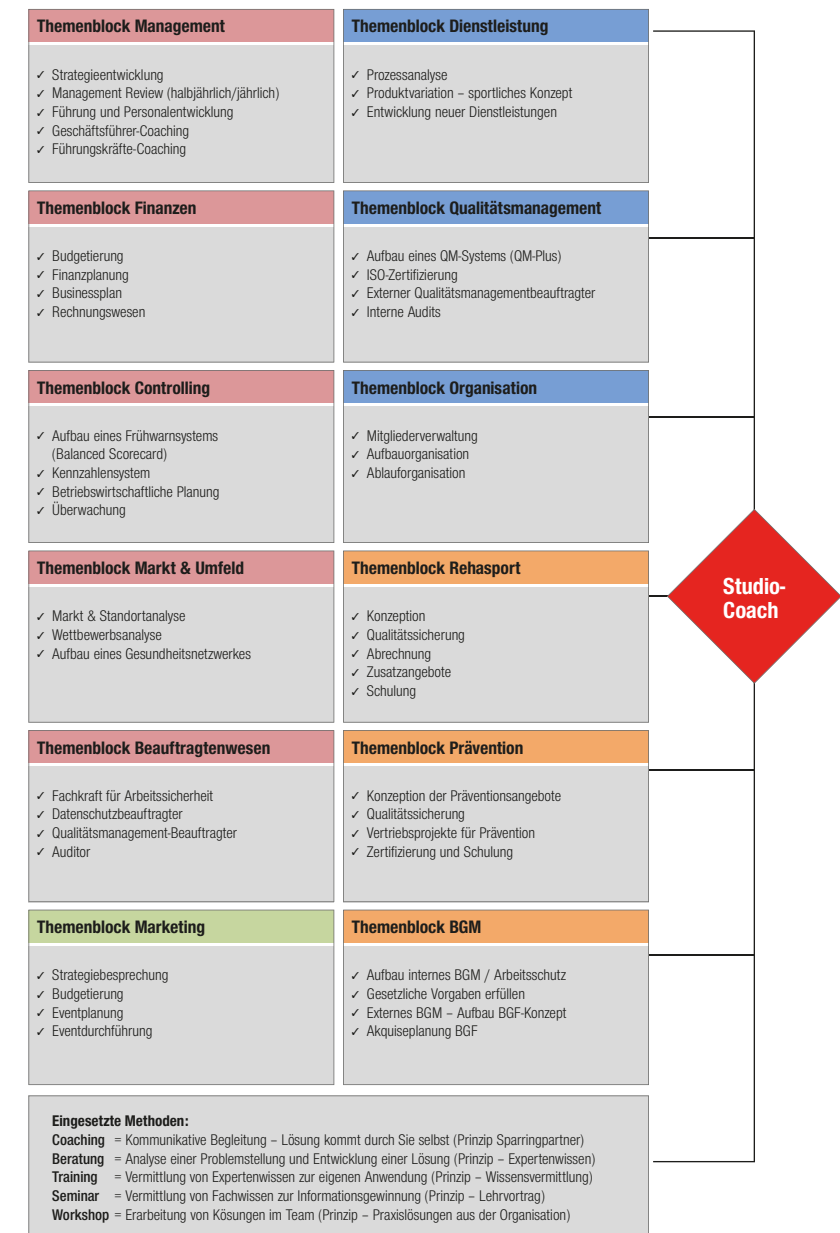


Abbildung 1: Zu Beginn des Coachings wird ein Zeitraum festgelegt. Neben personellen und organisatorischen Dingen sollten auch strategische und finanzwirtschaftliche Themen angegangen werden

Begriffsdefinitionen

- **Coaching:** Kommunikative Begleitung – Lösung kommt durch Sie selbst (Prinzip: Sparringspartner)
- **Beratung:** Analyse einer Problemstellung und Entwicklung einer Lösung (Prinzip: Expertenwissen)
- **Training:** Vermittlung von Expertenwissen zur eigenen Anwendung (Prinzip: Wissensvermittlung)
- **Seminar:** Vermittlung von Fachwissen zur Informationsgewinnung (Prinzip: Lehrvortrag/Lehrgespräch/Feedback)
- **Workshop:** Erarbeitung von Lösungen im Team (Prinzip: Praxislösungen aus der Organisation)

das Unternehmen tatsächlich zu gestalten, Prozesse und Abläufe zu hinterfragen und zu verbessern und nicht nur im täglichen Betrieb zu reagieren und letztendlich nur das zu tun, was man schon immer getan hat, oder das kopieren, was andere gerade auch tun.

Häufig ist der Chef bei den Mitarbeitern eher der Freund und Kollege. Dies kann zu einer Harmonie- und

Wohlfühlstimmung führen, in der Konflikte und auftretende Probleme nicht mehr aktiv angegangen, sondern zugunsten einer guten Stimmung verdrängt werden. Es ist die Aufgabe des Clubinhabers, eine gute Balance zwischen klarer, zielgerichteter Führung und Mitarbeiterzufriedenheit zu finden. Ein guter Coach, der systemisch arbeitet, kann hier allen Beteiligten helfen, die Situation zu verbessern.

Sie und Ihr gesamtes Team werden mit Unterstützung Ihres persönlichen Coachs besser in den Themen „Management“ und „Führung“. Sie profitieren vom Insiderwissen Ihres Coachs, der Trends und Branchenneuigkeiten schon frühzeitig erfährt und in seine Coachingexpertise einbaut. In den Themenbereichen, in denen Sie gemeinsam mit Ihrem Coach arbeiten, stehen die Chancen gut, dass Sie erfolgreicher werden und Ihr Unternehmen stärken.

Der Unternehmenscoach ist kein Feuerwehrmann. Wenn es in Ihrem Unternehmen bereits brennt und Sie schnell Maßnahmen umsetzen müssen, brauchen Sie dringend kurzfristige Lösungen, die Ihnen sofort helfen. Ein erfahrener

Coach setzt dann seinen „Coachinghut“ ab und seinen „Beraterhut“ auf und wird Ihnen beratend zur Seite stehen und diese Phase konstruktiv begleiten. Im Anschluss an diese Phase beginnt dann das eigentliche Unternehmenscoaching.

Das Konzept „Studio-Coach“

Wie ein Unternehmenscoaching im Fitnessstudio in der Praxis gestaltet werden kann, zeigt das Beispiel „Studio-Coach“, welches speziell für die Belange der Fitnessbranche entwickelt wurde.

Am Anfang steht immer ein kostenloses unverbindliches Gespräch. In diesen rund 60 Minuten können Coach und Studiobetreiber ein Gefühl dafür bekommen, ob eine vertrauensvolle Zusammenarbeit über einen längeren Zeitraum grundsätzlich möglich ist. Ist das Ergebnis positiv, kann das Coaching starten, indem das Projekt skizziert wird (siehe Abbildung 2 unten).

„Studio-Coach“ muss nicht ausschließlich aus Coachingelementen bestehen, sondern kann auch Beratungselemente, Workshops, Mitarbeitertrainings oder Seminare enthalten. Das liegt ganz an der Zielsetzung des Unternehmers und an den gewählten The-

menblöcken, die in der ersten Projektphase oder im Pilotprojekt angegangen werden sollen.

Der zweite Termin ist ein Strategiegeläch/Workshop. In diesem werden neben einer SWOT-Analyse (siehe Abbildung 3 unten) auch die Vision, eine Mission sowie die Unternehmens- und die Projektziele definiert. Der Projektplan wird erstellt und die Schwerpunkte werden darin bestimmt. Alle Ziele sind immer SMART – also geprüft, gewollt, realistisch, terminiert und vor allem messbar.

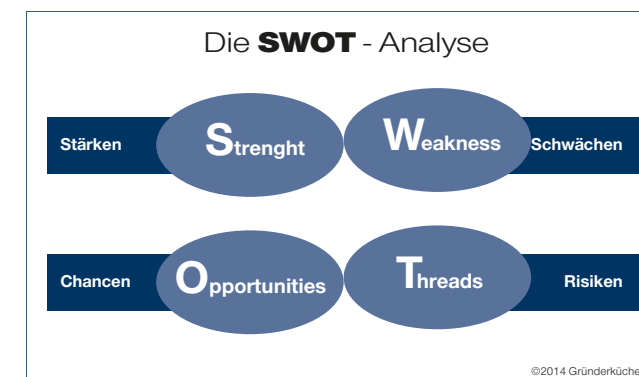


Abbildung 3: Die SWOT-Analyse ist ein wichtiges Instrument des strategischen Managements und zugleich Grundlage vieler Marketingstrategien. Nach Henry Mintzberg ist sie die Basis fast aller Versuche, den Prozess der Strategieentwicklung zu formalisieren

Zudem haben Sie als Auftraggeber Planungssicherheit, was Ihre Kosten betrifft, da alles, was im Projektplan gemeinsam verabschiedet wird, im Coachingauftrag enthalten ist.

Die Dauer von „Studio-Coach“ ist flexibel. Nach erfolgter Kennenlernphase sollte das Coaching je nach Zielsetzung mindestens 12, idealerweise 36 Monate betragen und der Coach sollte sich für den Klienten monatlich mindestens acht Stunden Zeit nehmen. Deshalb sollte ein Unternehmenscoach auch nie mehr als 10 bis 15 Klienten parallel betreuen, da der Zeitaufwand, ein Studio gut zu coachen, nicht mehr Kunden zulässt.

Achim Barth

Exemplarischer Studio Coach Milestone Plan

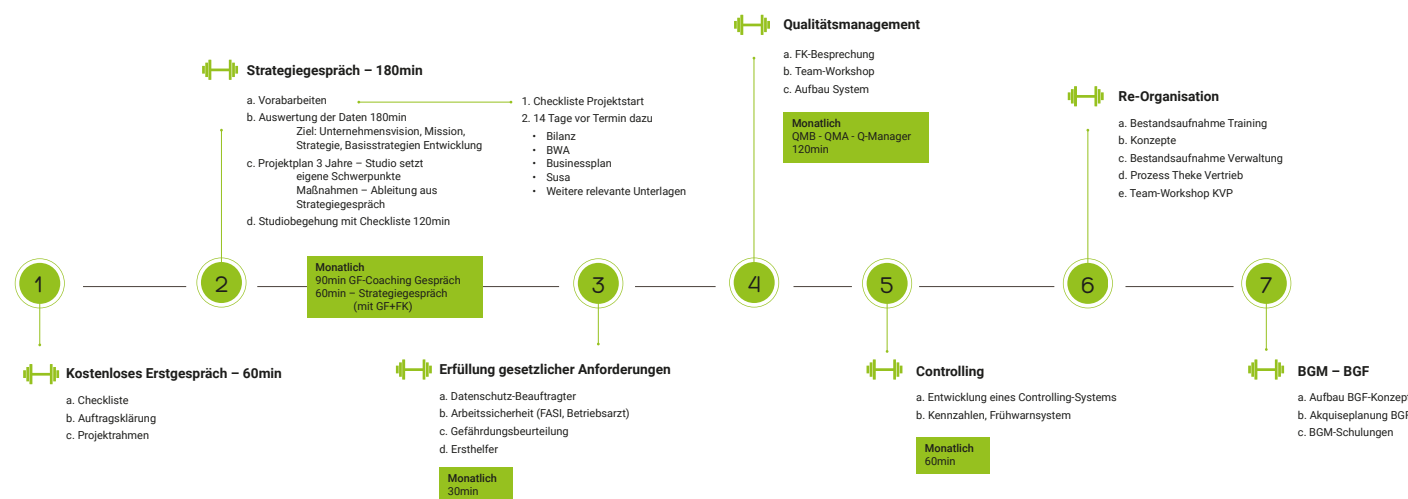


Abbildung 2: Am Anfang eines Unternehmenscoachings wird immer das Projekt skizziert



„Uns laufen die Forderungen nicht mehr davon.“

Jörg Bornhäuser
move Fitness & Freizeitanlagen
Schwäbisch-Hall



Vertrauen Sie KOHL.
Wie Jörg Bornhäuser und über 1.000 andere Fitnessstudios.

Sparen Sie sich Ärger, Zeit und Geld! Unsere Erfolgsquote beim Einzug offener Forderungen spricht für sich. Gleichzeitig ist es unser Ziel, säumige Kunden weiterhin als Mitglieder zu erhalten.

Gerne überzeugen wir Sie von unserer Dienstleistung.

Testen Sie uns und sparen Sie bares Geld.

Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

Achim Barth ist Inhaber der Unternehmensberatung BARTH Sportmanagement. Er ist Diplom-Betriebswirt (FH), Fitnessfachwirt, Manager für Betriebliches Gesundheitsmanagement und Qualitätsmanagement-Auditor (TÜV) für QM-Systeme gemäß ISO 9001:2015. Mit Sportplus berät und betreut er über 100 Kooperationspartner in den Bereichen Rehasport, Verwaltung und Qualitätsmanagement.
www.studio-coach.de; www.achim-barth.de

Tel.: 06721-493102
E-Mail: fitness@kohlkg.de
www.kohlkg.de

