

Anlage des Monats

Lange dabei und immer erfolgreich

Birgit Schwarze

Club CCM und Club Eichenhof

„Willkommen bei Fitness unter Freunden“ ist das Motto der beiden großen Fitnessclubs, die im Süden Hamburgs seit vielen Jahren ihr festes Stammpublikum haben. Deshalb wird das sportliche Fitness- und Racketangebot auch ergänzt durch die Lounge im Club CCM mit Wintergarten und die Bar Remise im Eichenhof, die sich beide als Treffpunkt für Mitglieder und Gäste anbieten. Beide Locations sind auch für Veranstaltungen buchbar und werden zu den regelmäßigen Events der Anlagen jeweils Themen bezogen herausgeputzt.

So alt wie der DSSV, nämlich aus dem Jahre 1984, ist der Club CCM in Maschen, 1985 kam dann der Eichenhof in Hamburg-Harburg hinzu. Beide Anlagen sind etwa 10 km auseinander und können natürlich von den Mitgliedern gemeinsam genutzt werden. Der Eigentümer beider Betriebe ist nicht im operativen Geschäft tätig, sondern überlässt der Geschäftsführerin Isa Kähler-Treder und Clubmanager Wolfgang Przybylski die Leitung und Betreuung. Isa Kähler-Treder startete bereits 1986 im CCM und verdiente sich als Aushilfe während ihres Studiums etwas dazu. 1989 kam dann der „unaussprechliche Schibbi“ dazu; beide ergänzen sich ideal und sind seit 20 Jahren ein eingespieltes Team.

Der Clubgedanke „Fitness unter Freunden“ findet sich auch in den zahlreichen Events wieder, über die im Internet und auf den Fotowänden in den Anlagen berichtet wird. Aktuelles Beispiel ist natürlich die Fußball WM. In der Bar und der Lounge wurden alle Spiele gezeigt. Der Clou: Im Umkreis von 10 km gibt es den privaten Busshuttle: für 1 Euro wurden die Mitglieder nach den Spielen



So alt wie der DSSV, nämlich aus dem Jahre 1984, ist der Club CCM in Maschen, 1985 kam dann der Eichenhof in Hamburg-Harburg hinzu.

nach Hause gefahren! Dann schmeckt das Bier an der Bar noch mal so gut.

Das Angebot im CCM und Eichenhof ist umfassend und multifunktional, unterscheidet sich als solches nicht von anderen guten Betrieben. Der entscheidende Faktor ist dann doch wohl die persönliche Atmosphäre und die Qualität des Personals. Ich habe es selbst gemerkt: Als ich den Club

CCM bei meinem Besuch für die Studio-Reportage wieder verließ, verabschiedete mich die Mitarbeiterin an der Rezeption, die mich noch nie gesehen hatte, mit meinem Namen!

„Über den Preis“ geht es in den Clubs nicht, dazu hat man sich definitiv entschlossen. Der aktuelle Monatsbeitrag liegt bei 12 Monaten Laufzeit bei 63,- EUR und damit sicherlich schon im oberen Feld. Also bleibt

die Dienstleistung als solche. „Kartei-Leichen haben wir nicht mehr“, so Isa Kähler-Treder. „Die Kunden, die bei uns zahlen, wollen auch etwas für ihr Geld sehen, also müssen wir unsere Kapazitäten in die Betreuung und das Wohlbefinden unserer Kunden stecken.“

So wie Geschäfts- und Clubleitung, die übrigens beide Anlagen managen, sind auch viele



„Bei uns gibt es keine Personal-Trainer, nur unsere eigene Hausmannschaft. Wir sind ein einheitlich geschultes Team, so dass bei uns die Qualität immer stimmt. Wer von unseren Kunden will, kann für eine Stunde einen unserer Trainer zusätzlich engagieren, die Bezahlung geht aber immer über den Club. Interessenten, die gleich mit Personal-Trainer kommen, schicken wir wieder weg!“



Sollen die Beiträge auf Grund der Mehrwertsteuer-Anhebung zum 1. Januar 2007 angehoben werden?

Isa Kähler-Treder überlegt noch, wie diese Problematik gelöst werden soll. Denn zum 1. Juli in diesem Jahr sind ja auch die Pauschalabgaben für die Aushilfen um 5%-Punkte angehoben worden.

„Der Beitrag für 6 Monate liegt in unseren Clubs jetzt bei 69,- EUR, eine Anhebung auf über 70,- EUR kommt aber nicht in Frage. Somit werden wahrscheinlich die Grundpreise für 6 und 12 Monate erhalten bleiben. Möglicherweise wird für die Clubaufnahme-Gebühr zukünftig ein anderer Betrag genommen.“

Es gibt aber auch Überlegungen, die Altkunden, die ja teilweise noch einen niedrigeren Beitrag zahlen, entsprechend anzuheben, um so insgesamt auf höhere Beitragseinnahmen zu kommen.“

Mitarbeiter schon seit langen Jahren dabei und tragen zu der besonderen Atmosphäre der Clubs bei. Auch Ehemalige, die nach einiger Zeit wiederkommen, freuen sich über bekannte Gesichter.

„Das gute Betriebsklima ist das A und O. Wir müssen untereinander kommunizieren: die Mitarbeiter miteinander, die Geschäftsleitung und die Clubleitung mit den Mitarbeitern und alle gemeinsam dann mit den Kunden. Schließlich sind wir 365 Tage im Jahr geöffnet, und da ist es ganz wichtig, immer wieder an einer guten Stimmung untereinander zu arbeiten. Denn die ist der beste Motivator, um stets die gute Dienstleistung zu erbringen, die die Kunden heutzutage erwarten. Man sollte nicht unterschätzen, wie sich die betriebsinterne Stimmung auf die Mitglieder auswirkt! Nur ein Mitarbeiter, der sich im Club wohlfühlt, kann dieses auch überzeugend weitergeben.“

„Die klassische Fitnessklientel weiß gut Bescheid über die Betriebe im Einzugsgebiet“, ist die einhellige Meinung von Geschäftsführung und Clubmanager. „Die kennt sich gut aus mit den Anlagenpreisen und Angeboten und überlegt sehr genau, wo sie hin-

geht. Man ist als Fitness-Dienstleister eben in einem sensiblen Bereich tätig.“

Isa Kähler-Treder weiter: „Ich erkläre meinem Team immer, dass es für einen Interessenten einen grossen Aufwand darstellt, überhaupt in die Anlage zu uns zu kommen. Er macht sich vorher Gedanken, er zieht vielleicht etwas besonderes an, er überlegt, wie es da wohl sein wird. Deshalb ist es so wichtig, dass wir diesem Interessenten dann, wenn er zu uns gefunden hat, auch etwas mitgeben – nicht nur einen Preis – damit er das Gefühl hat, der Aufwand hat sich für ihn gelohnt. Der Interessent kommt mit einer Erwartung und dieser müssen wir gerecht werden. Wir müssen ihn unterhalten, wir dürfen ihn nicht irgendwie abfertigen. Wir müssen ihn einfach als Menschen würdigen, mit unseren Worten, mit unserer Körpersprache und unserem Engagement. So erhält der Kunde ein gutes Gefühl und wir haben doch auch mehr Spaß bei der Arbeit, oder? Schließlich ist Fitness etwas für normale Leute. Diejenigen, die den absoluten Luxus wollen, gehen sowieso in Hotel- und SPA-Bereiche mit vielen Hundert Quadratmetern. Dieses Klientel sprechen wir aber nicht an.“

Gleichgültig, wie gut es läuft – niemand kommt darum herum, neue Kundepotenziale zu bewerben. So wird von CCM und Eichenhof die WM-Aktion dazu genutzt, um neue Sponsoren und damit neue Kooperationspartner zu interessieren.

Beispiel: Mit den WM-Aktionen sammeln die Mitglieder Punkte, auch für einen richti-

Die Lounge im Club CCM mit Wintergarten und die Bar Remise im Eichenhof, die sich beide als Treffpunkt für Mitglieder und Gäste anbieten. Beide Locations sind auch für Veranstaltungen buchbar und werden zu den regelmäßigen Events genutzt.



Natürlich gab es in den Anlagen auch schwere Zeiten. Vor einigen Jahren wurde in Hamburg-Harburg die Filiale einer großen Kette eröffnet, die auch mit entsprechenden Werbemaßnahmen angekündigt war. „Wir waren damals ein bisschen wie aufgeschreckte Hühner und haben uns große Sorgen gemacht, wie es weiter gehen soll. Schließlich war man von Seiten der Kette nicht zimperlich. Unsere Mitarbeiter wurden zu Hause angerufen, unsere Mitglieder wurden auf den Parkplätzen angesprochen. Wir haben aufgepasst wie die Luchse, und genau kontrolliert, wer während dieser Wochen in unseren Anlagen ein- und ausgegangen ist. Schließlich wussten wir, dass andere Betriebe große Probleme damit gehabt haben, wenn Abwerber die Mitglieder bis in die Sauna hinein verfolgt haben. Da hilft nur eins: Mit den Mitarbeitern reden, konsequente Strategien entwickeln und die dann auch wirklich durchhalten!“

gen Fußballtipp! Dafür gibt es dann Gutscheine, zum Beispiel für Kosmetik, Pediküre und andere Sponsoren, die selber ein Interesse daran haben, als Dienstleister zu kooperieren. Man achtet von Seiten der Center sehr stark darauf, dass diese Sponsoren sich dann auch sehr gut präsentieren können, denn ohne Nutzen kann man mit diesen Firmen nie wieder zusammen arbeiten. Und irgendwann sind die Sponsoren im Einzugsgebiet „verbraucht“.

Zirka 300 Teilnehmer haben bei der Fitness-Studie „Wir suchen 100 untrainierte Personen, die 4 Wochen etwas für Figur und Gesundheit tun möchten“ mitgemacht: Zu diesem Aufruf „Wie fit ist Hamburgs Süden“ gab es ebenfalls Sponsoren durch die AOK, eine örtliche Zeitung, einen Laufladen und eine Apotheke. Auf diese Weise konnte eine Klientel in die Anlage gebracht werden, die sich sonst nicht in ein Studio getraut hätte. Während der dreimonatigen Laufzeit sind auch Studien-Teilnehmer zu Mitglie-

dern geworden. Der Zeitpunkt Frühsommer als solches ist nicht der beste für die Studie gewesen, im Herbst wären sicherlich mehr Probanden gleich Mitglied geworden. Auf der anderen Seite war der Aufwand durch die Studie schon erheblich, und das Team in beiden Anlagen wurde ganz schön gefordert. Das passte im Frühsommer natürlich besser. Solche Aktionen müssen sehr konsequent umgesetzt werden, da man sonst „sein Pulver verschießt“ und keinen Nutzen erzielt, eher das Gegenteil bewirken kann.

Isa Kähler-Treder und Wolfgang Przybylski leben mit ihren Clubs. Lange Arbeitszeiten sind dabei eigentlich schon selbstverständlich. „Wir haben alles durchgemacht und wir leben immer noch. Früher waren die Clubs ein Selbstgänger, heute wird viel Aufwand betrieben. Wir müssen jeden Tag wieder ran, um die Leute bei der Stange zu halten.“ Und, so die beiden, ohne Motivation läuft nichts. Wer keinen Spaß an diesem Job hat, der kann ihn auch einfach nicht machen!

Geschäftsführung und Clubleitung sind sich einig: „Wir haben soviel mitgemacht, heute ist einfach alles anders. Früher hat es genügt, die Abendzeiten gut auszulasten, man hatte ja „Kartelleichen“. Heute könnten wir unsere aktiven Mitglieder nur in den Abendzeiten nicht mehr unterbringen! Wir mussten Konzepte finden, um alle Zeiten so attraktiv zu gestalten, dass sich die Kapazitäten gleich-





Wolfgang Przybylski, Clubmanager

„Man muss schon ein bisschen verrückt sein, um sich so zu engagieren, aber genauso macht es uns auch Spaß. Keine Kompromisse heißt unsere Devise, entweder man macht es richtig – oder man lässt es! Man kann auch Dienstleistung als solches nicht lernen, sondern man muss als Mensch dazu geboren sein. Ich sehe jemandem schon beim Hereinkommen an, ob er als Mitarbeiter geeignet ist oder nicht. Und ohne Probearbeiten wird bei uns niemand, auch keine Aushilfe, eingestellt.“

mäßiger verteilt. Wir haben viele Erfahrungen gesammelt und deshalb stellen wir uns auch immer wieder die Frage Wie wird etwas bei uns angenommen, was passt zu uns? Man kann nicht alles irgendwo abkupfern und unreflektiert übernehmen.“

„Dies halte ich sowieso für einen großen Fehler in der Branche“, so Isa Kähler-Treder. „Wir konzentrieren uns lieber auf eine Sache und machen die richtig, als drei Sachen und diese dann nur halbherzig. Das kommt auf Dauer nicht gut an bei Mitarbeitern und Mitgliedern.“

Wie sagt Mike Krüger immer so schön in der Werbung? – „Mach Dein Ding!“ Im Club CCM und Club Eichenhof laufen die Geschäfte so!

CLUB CCM / MASCHEN:

Öffnungszeiten Club

Mo - Fr: 09.00 – 23.00 Uhr
Sa, So: ab 09.00 Uhr

Öffnungszeiten Studio

Mo - Fr: 09.00 – 22.00 Uhr
Sa, So: 10.00 – 18.00 Uhr

Kinderbetreuung

Mo, Do: 09.30 – 12.00 Uhr
Di, Fr: 09.15 – 12.00 Uhr
Mi: 09.15 – 12.00 Uhr
So: 10.15 – 14.00 Uhr

CLUB EICHENHOF:

Öffnungszeiten Club

Mo - Fr: 09.00 – 23.00 Uhr
Sa, So: ab 09.00 Uhr

Öffnungszeiten Studio

Mo - Fr: 09.00 – 22.00 Uhr
Sa, So: 10.00 – 18.00 Uhr

Kinderbetreuung

Mo, Di, Fr: 09.30 – 12.30 Uhr
Mi: 09.00 – 12.00 Uhr
Do: 09.15 – 12.15 Uhr
Sa: 14.30 – 17.00 Uhr

Nordic Walking

Di: 18.30 – 19.30 Uhr
Do: 13.00 Uhr
Do: 18.30 – 19.30 Uhr
Mittwochs um 9:30 Uhr Circuit im Fitness-Studio

Preise

Multicard all inclusive**
Erst-Laufzeit, Beitrag
6 Monate 69,00 EUR
12 Monate 63,00 EUR
**Fitness-Studio, Gym-Kurse, Sonne, Wellness. Vergünstigungen für Squash und Tennis.

Fitnesscard, 6 Monate 59,00 EUR
Fitness-Studio & Wellness
Gymcard, 6 Monate 59,00 EUR
Kurse & Wellness

Schülercard*, 6 Monate 49,90 EUR
Fitness-Studio, Kurse & Wellness, 50% Ermäßigung auf die Clubaufnahme

Clubaufnahme, einmalig 79,00 EUR
Incl. 1. individueller Beratung, 2. ausführlicher Gesundheits-Check und 3. persönlicher Fitnessplan

Kinderbetreuung im Miniclub für Mitglieder kostenlos!

www.club-ccm.de www.club-eichenhof.de

Mitgliederstruktur

Club CCM	55,2 % weiblich 44,8 % männlich
Durchschnittsalter	39,62 Jahre
Durchschnittsbeitrag	EUR 54,64
Club Eichenhof	47,6 % weiblich 53,4 % männlich
Durchschnittsalter	43,29 Jahre
Durchschnittsbeitrag	EUR 55,23

Flächenstruktur

CCM Fitness-Studio	427 qm
Kursbereich	192 qm
Squash	140 qm
Tennis – Indoor	2.640 qm
Restaurant – Lounge	190 qm
Wellbereich (Sauna + Sonnenstudio)	243 qm
Kinderbetreuung	20 qm
Eingangs- und Wartebereiche	160 qm
Nassräume	193 qm
Büro	110 qm
Technik	37 qm
Gesamt	4.352 qm

Eichenhof Fitness-Studio	391 qm
Kursbereich	260 qm
Squash	152 qm
Bar Remise	80 qm
Wellnessbereich (Sauna + Sonnenstudio)	175 qm
Kosmetik	34 qm

Eingangs- und Wartebereiche	220 qm
Nassräume	182 qm
Büro	15 qm
Technik	40 qm
Tennis – Outdoor	3.340 qm
Gesamt	4.889 qm

Mitarbeiterstruktur

CCM / Eichenhof	
Geschäftsführung	1
Clubmanager	1
Counter	8 / 7
Kursleiter	15 / 17
Studiobereich	8 / 8
Mitarbeiter Gastronomie	8 / 5
Reinigung (fremd vergeben)	8 / 1
Platzwarte + Hausmeister	2 / 1
Büro/ Verwaltung	0 / 2
Azubi	1 / 1
Kinderbetreuung	3 / 3
Gesamt	100

