

## Selbstoptimierung – ein Milliardenmarkt



**Liebe Franchisecommunity,**

der Report des Global Wellness Institute verzeichnete 2015 in der Beauty- und Anti-Aging-Industrie weltweit ein Umsatzvolumen von 999 Mrd. US\$. In den Bereichen gesunde Ernährung und Abnehmen wurden 648 Mrd. US\$ erwirtschaftet, in der Fitness- und Mind-Body-Industrie 542 Mrd. US\$. Das sind nur drei Bereiche von insgesamt 10 Kategorien. Der Megatrend Healthstyle wird weiter zulegen. Zum einen bieten die digitalen Möglichkeiten grosses Potenzial für das Thema Selbstoptimierung. Zum anderen wird der Trend von den steigenden Kosten im Gesundheitswesen getrieben.

Der Wellnessmarkt bringt beständig innovative Franchisekonzepte hervor. Zum Beispiel die Cryotherapie, eine Kältetherapie, die energetisierend bis schmerzlindernd wirken kann. Innovativ sind auch die lizenzierten Biohacker-Labs, die unter anderem die Erforschung und Entfaltung der Selbstheilungskräfte im Fokus haben. Schliesslich das Clean Eating, mit Ernährungskonzepten, die auf unverarbeitete Lebensmittel setzen. Zu diesen eher exotisch anmutenden Angeboten, gesellen sich eine Vielzahl von interessanten Systemen in den Bereichen Fitness, Beauty sowie physische und mentale Gesundheit.

In unserem neuen „Praxisbuch Franchising – Schnelles Wachstum mit System“ (Veronika Bellone/Thomas Matla, Redline Verlag 2018) zeigen wir auf, wie sich Megatrends schnell und systematisch für neue Franchisekonzepte nutzen lassen – mit praktischen Tipps und Reflexionen. Das Praxisbuch Franchising ist die vierte vollkommen überarbeitete Auflage des Standardwerkes, das vormals im mi-Wirtschaftsbuch erschienen ist. Neben der Vorstellung von trendorientierten Konzepten, wie „Disruptive“ und „Interconnected Franchising“, gehen wir detailliert auf den schrittweisen Franchiseaufbau ein. Das Neue hierbei: Wir sprechen sowohl Start-ups, als auch bestehende Unternehmer, als angehende Franchise-Geber, differenziert an. Ebenso Franchisenehmer, die als Existenzgründer von Natur aus eine andere Perspektive einnehmen.



Meine heutige Interviewpartnerin, Céline Roschi, kennt die unterschiedlichen Perspektiven. Als ehemalige Franchisenehmerin von Mrs.Sporty ist sie heute Head of Franchise Development Schweiz bei Mrs.Sporty und bringt uns die Spezialitäten des Systems näher.

Ich wünsche Ihnen Inspirationen für Ihre Franchisepraxis  
Ihre **Veronika Bellone**  
Geschäftsführerin und Inhaberin Bellone FRANCHISE CONSULTING GmbH  
Professorin für Marketing an der Hochschule für Wirtschaft Nordwestschweiz

Zur Person: Prof. Veronika Bellone ist seit 1986 im Franchise-Business tätig. Sie startete als Franchise-Managerin bei der Cosy-Wasch-Autowaschanlagen GmbH in Berlin. 1991 gründete sie ihre eigene Franchise-Beratung, die sie seither in der Schweiz führt. Zu ihren Referenzkunden zählen u.a. Fleurop, Mövenpick, Sara Lee, Schweizer Post, ACCOR, SPAR, Valora, MIGROS und Warner Bros. Sie ist als Professorin an der Hochschule für Wirtschaft in der Nordwestschweiz im Fachbereich Marketing tätig sowie an weiteren Hochschulen mit Franchising in den Bereichen Entrepreneurship und Dienstleistungsmarketing. Als Autorin widmet sie sich in zahlreichen Publikationen den Themen Franchising, Marketing und Trends wie z.B. im „Praxisbuch Franchising - Konzeptaufbau und Markenführung“, Bellone/Matla, 3. Auflage 2013 im MVG Verlag/mi-Wirtschaftsbuch und „Green Franchising“ Bellone/Matla, 1. Auflage 2012 im MVG Verlag/mi-Wirtschaftsbuch; „Praxisbuch Trendmarketing“ (Veronika Bellone & Thomas Matla), 1. Auflage Februar 2017, Campus Verlag Frankfurt/New York, Praxisbuch Franchising – schnelles Wachstum mit System“, Bellone/Matla, 4. Auflage 2018, Redline Verlag 2018.

## Interview

Prof. Veronika Bellone, Bellone FRANCHISE CONSULTING GmbH, im Gespräch mit Céline Roschi, Head of Franchise Development Schweiz, Mrs.Sporty

## Fit werden mit Mrs. Sporty

**Veronika Bellone:** Zum Franchisesystem Mrs.Sporty zählen heute bereits rund 550 Clubs in Europa. Die Marke Mrs.Sporty bezeichnet sich als „der persönliche Fitnessclub“. Was macht das Persönliche aus?

**Céline Roschi:** In unseren Studios herrscht eine sehr familiäre Atmosphäre. Wir kennen die Mitglieder mit Namen und wissen was ihnen wichtig ist und welche Ziele sie haben. Die Frauen haben ihre ganz eigene Historie, unterschiedliche Fitnesslevels, individuelle gesundheitliche Einschränkungen und Bedürfnisse. Unser Trainingskonzept ist so aufgebaut, dass wir individuell auf jede Frau eingehen und ein perfekt auf sie zugeschnittenes Programm erstellen können. Die Mitglieder werden bei jedem Training durch den persönlichen Trainer betreut und bei regelmäßigen Trainergesprächen und Körpermessungen dabei unterstützt, sich langfristig zu motivieren und erfolgreich zu trainieren.

**Veronika Bellone:** Mrs.Sporty hat die digitalen Veränderungen sehr gut integriert, z. B. mit dem „Pixformance Smart Trainer“. Was versteht man darunter und wie wird dies von den Partnern und Kundinnen angenommen?

**Céline Roschi:** Pixformance ist eine digitale Fitnessstation in Form eines großen iPhones. Die Idee dahinter ist der persönliche und individuelle Trainingsplan für jede Frau, der aus funktionellen Übungen besteht und den Gesundheitsstatus, das Leistungsniveau und das spezifische Ziel jeder Frau berücksichtigt. Die große Vielfalt an individualisierbaren Workouts ermöglicht uns, eine Kombination aus Personal- und Klein-Gruppentraining anzubieten.



Der Pixformance Smart Trainer, welcher 2014 mit dem Innovationspreis ausgezeichnet wurde, zeigt die Übungen vor, analysiert die Bewegungen und gibt Feedback. Die Trainingsergebnisse werden gespeichert und ausgewertet. Damit kann den Mitgliedern das Training auch außerhalb der regulären Beratungszeiten zugänglich gemacht und ihnen durchgehende Öffnungszeiten von 6.00 bis 22.00 Uhr angeboten werden.



Céline Roschi

Die Weiterentwicklung des Produkts wurde von den Partnern und Mitgliedern sehr gut angenommen. Bei den Mitgliedern erhöht das funktionelle Training die Motivation, den Trainingsspaß und den Erfolg und den Mrs.Sporty Clubs bringt das neue Trainingskonzept eine noch stärkere Alleinstellung am Markt.

**Veronika Bellone:** Welche Profile an Franchisenehmern sprechen Sie mit diesen genannten Spezialitäten an?

**Céline Roschi:** Wir sind auf der Suche nach sportbegeisterten Unternehmerpersönlichkeiten. Für Mrs.Sporty eignen sich besonders Menschen, die sich für Sport, Gesundheit und bewusste Ernährung interessieren und andere dafür begeistern möchten. Mit unserem Produkt sprechen wir darüber hinaus die Interessenten an, welche neben Führungsqualitäten, Vertriebsgeschick, einem betriebswirtschaftlichen Grundverständnis auch einen hohen Qualitätsanspruch und eine Affinität zu innovativen Produkten haben.

**Veronika Bellone:** In der Schweiz gibt es jetzt zehn Mrs.Sporty-Franchisenehmer. Wie viele Clubs strebt Mrs.Sporty in der Schweiz an?

**Céline Roschi:** Gesamtschweizerisch gehen wir von einem Wachstumspotenzial von rund 40 Standorten aus. Mit unserer Hauptzielgruppe, Frauen 40plus, bedienen wir eine Zielgruppe, die durch unsere demographische Entwicklung in den nächsten Jahren stetig wächst und bisher kaum durch andere Fitnessanbieter abgedeckt wird.

Zudem steigen die Lust auf Fitness und die Notwendigkeit der Gesundheitsvorsorge in der Bevölkerung. Aktuell liegt unser Fokus in der Deutschschweiz. Zu einem späteren Zeitpunkt streben wir eine zusätzliche Expansion in der Westschweiz an, welche systemintern die Entwicklung der Französischen Sprache bedingt.

**Veronika Bellone:** Sie haben selbst über drei Jahre einen Mrs.Sporty Club in Bern geführt und haben durch den stetigen Austausch mit der Systemzentrale in Berlin einen guten Quervergleich. Wo machen Sie Unterschiede im konzeptionellen Bereich aus?

**Céline Roschi:** Mrs.Sporty schaut im Vorfeld, ob das Club-Konzept grundsätzlich für das jeweilige Land und deren Zielgruppe geeignet ist. Wenn das Konzept am Markt funktioniert, werden alle Innovationen auch hier uneingeschränkt umgesetzt. Durch die starke Corporate Identity gibt es im konzeptionellen Bereich kaum länderspezifische Unterschiede.

**Veronika Bellone:** Im ersten Quartal des Jahres sind Themen wie Abnehmen und Fitness vermehrt angesagt. Wie macht sich das bei Ihnen bemerkbar? Steigert das auch die Nachfrage bzgl. beruflicher Selbstständigkeit mit Mrs.Sporty?

**Céline Roschi:** In unseren Clubs halten sich die saisonalen Schwankungen in Grenzen. Durch die kurze Trainingsdauer von 30 Minuten erreichen wir durch das ganze Jahr eine relativ konstante Mitgliedererwerbung. Dennoch spüren wir gerade im Januar die guten Vorsätze für das neue Jahr durch eine gesteigerte Nachfrage. Von Franchiseinteressentenseite erleben wir den Zuwachs jeweils zum Jahresende. Viele Menschen nutzen die Festtage, um auf das vergangene Jahr zurückzuschauen und sich Gedanken über ihre berufliche Zukunft zu machen.

**Veronika Bellone:** Was waren für Sie die größten Highlights, die Sie in Ihrem Studio erlebt haben?

**Céline Roschi:** Die drei Jahre waren mit unzähligen Highlights gespickt. Angefangen mit der achtwöchigen Vorverkaufsphase vor der eigentlichen Eröffnung. Der Club glich in dieser Zeit noch einer Baustelle. Es war schmutzig und laut und es stand noch kein einziges Gerät im Raum. Nur mit einem kleinen Verkaufstisch, zwei Stühlen und einem Laptop mit unserem Produktvideo, galt es die Frauen für Mrs.Sporty zu begeistern. Da war viel Vorstellungsvermögen gefordert. Am Eröffnungswochenende zählten wir bereits 200 Mitglieder. Von da an wurden wir von Interessentinnen regelrecht überrannt. Nach nur acht Monaten hatten wir bereits über 500 Mitglieder. Im laufenden Clubbetrieb begeisterte mich immer wieder, wenn ich in den Zirkel schaute und feststellte, dass Mutter und Tochter, die 80-jährige Rentnerin und die Eishockey-Nationalspielerin zusammen trainierten, sich wohlfühlten, Spaß hatten und ihre ganz persönlichen Ziele erreichten.

**Veronika Bellone:** Und welche Highlights beim Aufbau des Club-Netzwerkes?

**Céline Roschi:** Wir haben in der Schweiz einen starken Zusammenhalt untereinander. Gerade neue Partner können von den Erfahrungen anderer Partner und deren Unterstützung profitieren. Viermal pro Jahr treffen sich alle Schweizer Partner, um sich auszutauschen und voneinander zu lernen. Denn es gibt fast keine Herausforderung, die nicht bereits schon einmal erfolgreich von einem unserer Partner gemeistert wurde.

**Veronika Bellone:** Sie sind seit 2010 bei Mrs.Sporty. Geben Sie uns abschließend doch einen Tipp, was potenzielle Franchisenehmer generell beherzigen sollten.

**Céline Roschi:** Mrs.Sporty ist seit 2004 am Markt und hat mit über 500 Clubs einen riesigen Erfahrungsschatz. Der Franchisepartner kann sich also auf einen starken Franchisegeber verlassen, der sich um die beste Produkt- und Prozessentwicklung, das beste Marketing und um den besten Support kümmert. Ich rate den potenziellen Franchisepartnern immer, diesen Vorteil des Franchisesystems zu nutzen. Das bedeutet, auf das Bewährte zu vertrauen und das Rad nicht neu erfinden zu wollen. ■