

# EINFACH MACHEN



*Training erzeugt gute Laune –  
hier in den Studios von fit+*

***Ländlich gelegen und personallos – das sind die Studios von fit+. Geringe Einstiegshürden, die lange Branchenerfahrung des Gründers und umfassende Unterstützung machen das Konzept auch für Neulinge attraktiv***



**Gründer Björn Krämer mit seiner Frau Simone, die selbst zwölf fit+-Studios betreibt**

**M**it derzeit 275 Anlagen ist fit+ eine der am stärksten wachsenden Marken im Fitness-Franchise. Einen großen Teil des Erfolges macht die durchdachte Positionierung aus: Die Studios sind allesamt ländlich gelegen und werden personallos betrieben. Als Standorte werden kleine Ortschaften mit niedrigem Mietpreis gewählt. „Kein Mensch soll länger als 15 Minuten zum Studio fahren müssen – auch wenn er in der Provinz wohnt“, erklärt Björn Krämer, der fit+ 2016 gemeinsam mit Torsten Boorberg gegründet hat. Alles in den Studios funktioniert digital: vom Zutritt, über virtuelle Trainings bis hin zur Mitgliedergewinnung und Beitragsverwaltung. Bei der Beschallung können Betreiber auf kostengünstige GEMA-freie Musik und Kurse von gymsound.de zurückgreifen. „Wir sind der Innovator in diesem Business: mit Einlass per App, KI-gestütztem Trainingsplan und Fitness-TV.“

### LANGE ERFAHRUNG

Lizenznehmer profitieren vor allem von dem reichhaltigen Erfahrungsschatz von Björn Krämer, der fit+ nach dem kürzlich erfolgten endgültigen Ausstieg von Torsten Boorberg alleine vorsteht. „Ich bin seit 25 Jahren in der Fitnessbranche tätig und habe schon vor 20 Jahren mein erstes personalreduziertes Studio auf dem Land er-

öffnet. Ich war außerdem in vielen anderen Funktionen tätig; als Betreiber, Gerätehersteller und Dienstleister. Ich bin ganz nah am Produkt und kenne die Bedürfnisse der Mitglieder sowie Lizenznehmer genau. Es reicht nicht, eine gute Idee zu haben. Man muss diese Idee auch über die ersten schwierigen Jahre hinweg tragen, Fehler machen und Probleme lösen. Unser System hat sich seit acht Jahren bewährt und stetig weiterentwickelt. Alle Erkenntnisse geben wir weiter – dadurch spart der Lizenznehmer Geld und Zeit.“

fit+ ist auch ein Investmodell: „Du hast schon etwas Arbeit, aber wirklich wenig. Du musst dein Studio reinigen lassen und Marketing betreiben. Aber das machst du dank Social Media von der Couch aus.“ Regelmäßige Beiträge sind wichtig: „Der Betreiber vor Ort kennt seine Zielgruppe am besten und kann gezielt Aktionen starten.“ Björn Krämer rät

dazu, täglich einen kurzen Post zu veröffentlichen. „Einfach mal zeigen, wie es im Studio aussieht oder was es Neues gibt – das schafft Nähe zu den Mitgliedern und dauert keine fünf Minuten.“

### MARKETING-UNTERSTÜTZUNG

Auch der Franchisegeber leistet diesbezüglich seinen Beitrag: „Wir spielen pro Woche bis zu vier Posts aus, die die Sichtbarkeit jedes Standortes erhöhen.“ Die Posts enthalten Tipps und Tricks rund um Fitness und Ernährung, zum Beispiel zu Bauchtraining oder ein Smoothie-Rezept.

Was zeichnet ein gutes Franchise-System aus? „Es muss für beide Seiten fair sein. Der Franchisenehmer möchte Geld verdienen, der Franchisegeber darf deshalb nicht zu viel Gewinn abschöpfen“, erklärt Björn Krämer. „Wenn Gebühren und Gegenleistung in keinem Verhältnis stehen, können Franchisenehmer schnell die Motivation verlieren.“

### ENTLASTUNG

Zudem übernimmt fit+ viele administrative Aufgaben: „Wir kümmern uns um Vertragsmanagement, Rücklastschriften und viele weitere organisatorische Dinge.“ Dadurch bleibt dem Betreiber mehr Zeit, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren: erfolgreich Mitglieder zu gewinnen und ein Studio zu betreiben. •

”

**Jeder einzelne fit+ Betreiber profitiert von unserer langjährigen Erfahrung**