www.academyofsports.de www.campus.academyofsports.de

LESEPROBE

Funktionsbereiche im Fitnessstudio

ACADEMY OF SPORTS

Bildung schafft Zukunft.

ONLINE-CAMPUS

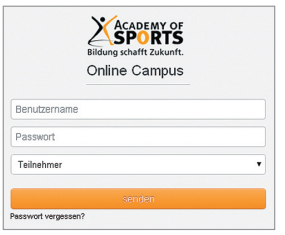
Auf dem Online Campus der Academy of Sports erleben Sie eine **neue Dimension des Lernens**: Ein innovatives, integratives Konzept, das Lernen, Informieren und Kommunizieren sinnvoll verbindet.

JETZT EINLOGGEN UND DURCHSTARTEN UNTER:

www.campus.academyofsports.de

www.campus.academyofsports.de

Unser Online Campus stellt eine optimale Erweiterung der Lernmedien dar und bietet Ihnen viele Vorteile. Als Teilnehmer einer Ausbildung oder eines Fernstudiums haben Sie einen Zugang zum Online Campus und können die vielfältigen Funktionen uneingeschränkt nutzen.

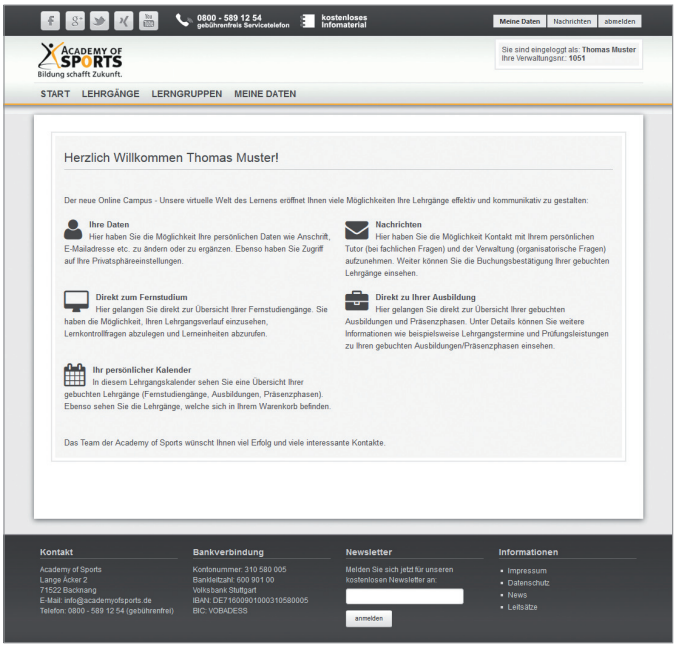


Mit unserem Online Campus wird Ihre Ausbildung oder Ihr Fernstudium interaktiv!

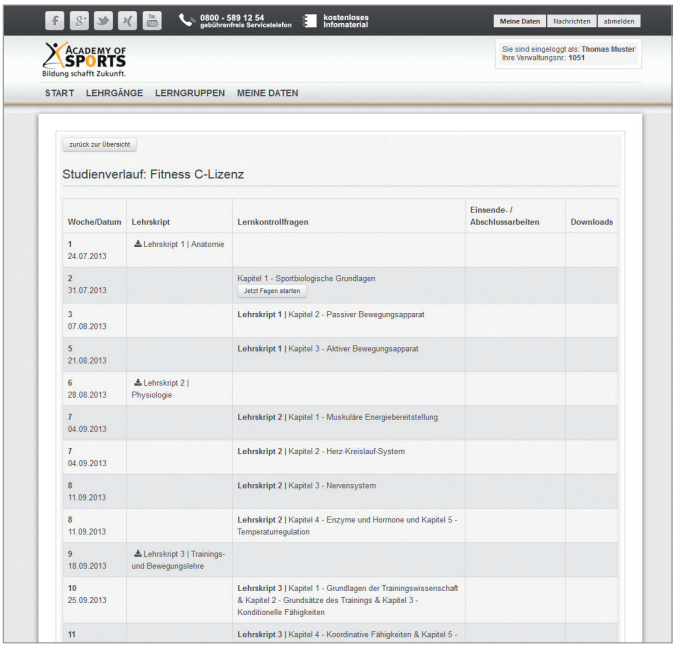
Als Teilnehmer eines Fernstudiums können Sie dessen Verlauf über den Online Campus optimal abrufen. Aber auch Lehrskripte herunterladen, Lernerfolgskontrollen ablegen, Präsenzphasen buchen und Noten einsehen.

In unseren innovativen Lerngruppen, die beim Fernstudiumspreis 2013 als Innovation des Jahres nominiert waren, stehen Ihnen lehrgangspezifische Dokumente, Videos, Apps und vieles mehr zur Verfügung. Teilen Sie Ihre Übungsergebnisse mit Ihren Lehrgangskollegen und besprechen Sie gemeinsam mit Ihrem Tutor die Ergebnisse!

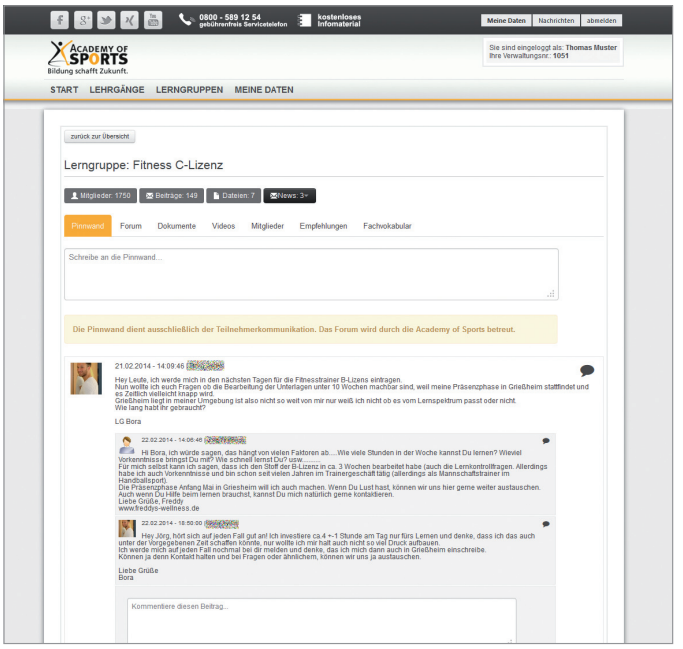
Alleine Lernen? Nicht an der Academy of Sports!



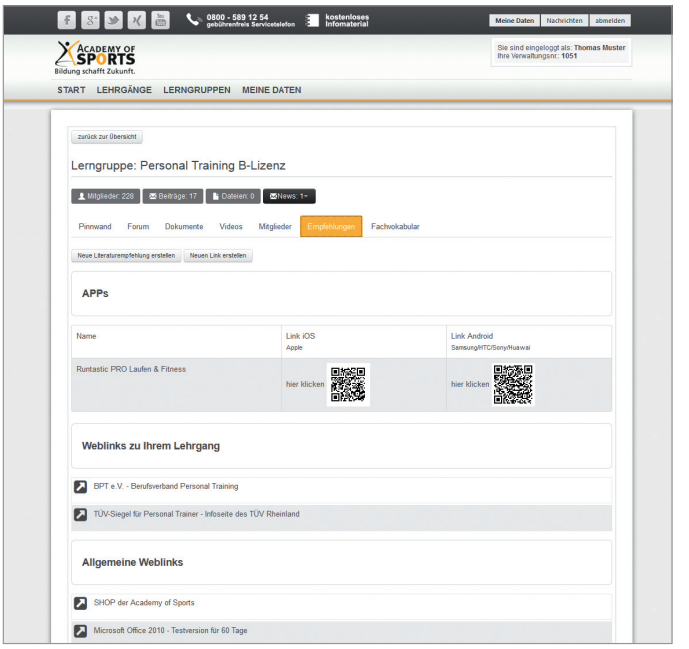
Campus-Startseite



Campus-Studienverlauf



Campus-Lerngruppen



Campus-Apps

Kapitel 1 – Studioleitung/Geschäftsführung

1.1 Mitarbeiter

1.1.1 Arbeitsmarkt

1.1.2 Löhne und Gehälter

1.1.3 Auszubildende

1.1.4 Mitarbeiterloyalität

1.2 Personalplanung

1.3 Umsatzplanung

1.4 Kostenplanung

1.5 Investitionsplanung

1.6 Rentabilitätsplanung

1.7 Liquiditätsplanung

1.8 Marketing/Werbung/Vertrieb

1.8.1 Preispolitik

1.8.2 Vertriebsmöglichkeiten

1.9 Risikoanalyse

1.10 Auslastung einer Fitnessanlage

Kapitel 1
Leseprobe

Lernorientierung

Nach Bearbeitung dieses Kapitels werden Sie:

- Den Personalbereich und Mitarbeitertreue überblicken
- Planung von Personal beschreiben und verstehen
- Umsatzplanung überblicken
- Die Planung der Kosten kennen und verinnerlichen
- Planung von Investitionen beschreiben
- Kenntnisse über Rentabilität erlangen
- Planung der Liquidität beschreiben
- Aufgaben des Marketing, der Werbung und des Vertriebs kennen
- Begriff und Inhalt einer Risikoanalyse kennen

Leseprobe

Das folgende Kapitel gibt einen kurzen Einblick in die Planung verschiedener Unternehmensbereiche, wie Personal, Umsatz, Investition, Liquidität oder Marketing. Es wird auch kurz auf die Risikoanalyse eingegangen. Sie werden in der Lage sein, die verschiedenen Planungen beschreiben zu können, die Aufgaben des Marketings, der Werbung und des Vertriebs erläutern und den Inhalt einer Risikoanalyse wiedergeben können.

1.1 Mitarbeiter

Mitarbeiter eines Unternehmens sind nicht nur der größte Kostenfaktor einer Fitnessanlage, sondern auch der Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg der Anlage.

Größter Wert muss auf die Qualität eines Mitarbeiters gelegt werden. Diese Qualität sollte nicht nur im fachlichen Bereich, sondern auch in der sozialen Kompetenz vorhanden sein.

Rund 10 Prozent der Mitglieder sind laut der Studie „Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft“ des DSSV aus dem Jahr 2011 nicht mit der Betreuungsleistung ihres Fitnessstudios zufrieden. Diese Bewertung der Betreuungsleistung hängt sehr von der Bewertung der Kompetenz der zuständigen Mitarbeiter ab.

Neben den sehr guten fachlichen Kenntnissen, sei es nun im Bereich Trainingsfläche, Service, Kurs, Kinderbetreuung oder Wellness, muss der Mitarbeiter auch auf die Bedürfnisse und Wünsche der Mitglieder eingehen können.

Der Umgang mit Kunden im Studio oder am Telefon muss wie ein Profi beherrscht werden. Hier gilt es, fachliche und psychologische Kenntnisse so zu nutzen, damit sich das Mitglied verstanden fühlt, es eine angenehme Trainingsatmosphäre hat und sich fachlich in den besten Händen fühlt.

Für viele Mitglieder ist das Fitnessstudio wie eine zweite Familie, man kennt auch private Dinge der Mitglieder und des Personals. Daher ist diese Kundenpflege ein erheblicher Faktor für die Zufriedenheit der Mitglieder mit der Anlage.

Die Mitarbeiter haben direkten Kontakt zu den Mitgliedern und bekommen deren Reaktionen auf Gegebenheiten oder Änderungen als erste zu spüren. Sie können Unzufriedenheit aufdecken und zeitnah beseitigen.

Sie müssen sämtliche Ablaufpläne für routinemäßige Arbeiten in ihrem Bereich kennen und genauso durchführen. Werden neue Mitarbeiter eingestellt, müssen diese erst durch geschultes Personal in die Abläufe eingewiesen werden.

Leseprobe

Gute Mitarbeiter zu bekommen und auch zu halten, ist die Aufgabe der Geschäftsleitung und des Personalwesens. Mitarbeiter der Personalabteilung sollten speziell für diese Aufgabe geschult sein.

1.1.1 Arbeitsmarkt

Die gute Lage auf dem Arbeitsmarkt und die steigende Anzahl der Fitnessstudios in der Bundesrepublik Deutschland machen es zunehmend schwieriger, fachlich und sozial kompetente Mitarbeiter für eine Fitnessanlage zu gewinnen.

Beispielsweise arbeiten über 100.000 Menschen als haupt- oder nebenberufliche Trainer in Fitnessanlagen. Die Tendenz ist immer noch steigend. Zusätzlich werden Mitarbeiter für den Service und die Theke sowie für das Marketing, die Buchhaltung oder das Personalwesen benötigt. Der steigende Wettbewerb und die Zunahme der Betriebe der Fitnessketten erfordern zunehmende Professionalität von den Fitnessanlagen, um am Markt erfolgreich zu sein.

Für Inhaber von Fitnessbetrieben ist die Flexibilität des Personals von entscheidender Bedeutung. Das beschäftigte Personal sollte gleich in Bereichen einsetzbar sein, seien es die Trainingsfläche, die Kurse, das kaufmännische Büro, der Vertrieb oder der Service. Ebenso sind flexible Arbeitszeiten mit Früh- oder Spätschichten, sowie Samstags- und Sonntagsarbeit an der Tagesordnung.

Für Mitglieder ist ein Trainer mit sportlichem Enthusiasmus wichtig, der gleichzeitig soziale und kommunikative Fähigkeiten besitzt. Er muss motivieren können, Fragen zu Gesundheit und zum Training beantworten können und gleichzeitig ein guter „Freund“ sein. Diese Fähigkeiten können durch Seminare und Ausbildungen erlernt werden.

Die Entwicklung hin zu unterschiedlichen Ausrichtungen von Fitnessanlagen, zum Beispiel medizinische Ausrichtung, reines Frauenstudio oder Premiumstudio hat ebenso eine Auswirkung auf den Arbeitsmarkt. Das hohe Qualitätsversprechen der Anlagen und ein dementsprechender Preis oder auch die medizinische Ausrichtung erfordern dementsprechend gute Gesundheits- oder Fitnesstrainer, die mittlerweile oft eine Physiotherapeuten-ausbildung absolviert haben. Das angebotene Kursprogramm ist mittlerweile viel umfassender und nach modernen Trends ausgerichtet.

Im Servicebereich und hinter der Theke werden oft Mitarbeiter beschäftigt, die eine Ausbildung im Servicebereich, sei es in der Gastronomie oder im Hotel an der Rezeption, absolviert haben.

Auch hier fordern die immer anspruchsvolleren Mitglieder gut ausgebildete, und fachlich sowie sozial kompetentes Personal.

Die Inhaber von Studios müssen gute kaufmännische und betriebswirtschaftliche Kenntnisse besitzen, um ein Studio qualifiziert leiten zu können. Auch hier gibt es für Absolventen von Fitness-Akademien oder Fachhochschulen gute Arbeitsmarktchancen. Die meisten Anlagen haben mehr als 800 Mitgliedschaften abgeschlossen und erwirtschaften einen Umsatz von über 400.000 Euro. Da ist es nicht verwunderlich, dass gute wirtschaftliche Kenntnisse und Erfahrung im jeweiligen Arbeitsbereich unabdingbar sind.

Viele Fitnessunternehmen bilden mittlerweile selbst aus oder arbeiten mit Studenten des dualen Systems, die an einigen Wochen des Jahres an Akademien studieren und die Praxis im Betrieb erlernen. Es gibt mittlerweile eine Vielzahl an Unternehmen, die sich auf die Aus- und Weiterbildung im Fitnessbereich spezialisiert haben und deren Absolventen durch die hohe Nachfrage schnell eine Arbeitsstelle finden.

1.1.2 Löhne und Gehälter

Löhne und Gehälter ist der größte Kostenfaktor einer Fitnessanlage. Deren Anteil an den Gesamtkosten beträgt meist zwischen einem Viertel und einem Drittel. Aus den „Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft“ des DSSV aus dem Jahr 2011 machen Personalkosten 26,4 Prozent vom Nettoumsatz aus. Die folgende Grafik zeigt den Anteil einiger Kostenarten in Prozent vom Nettoumsatz.

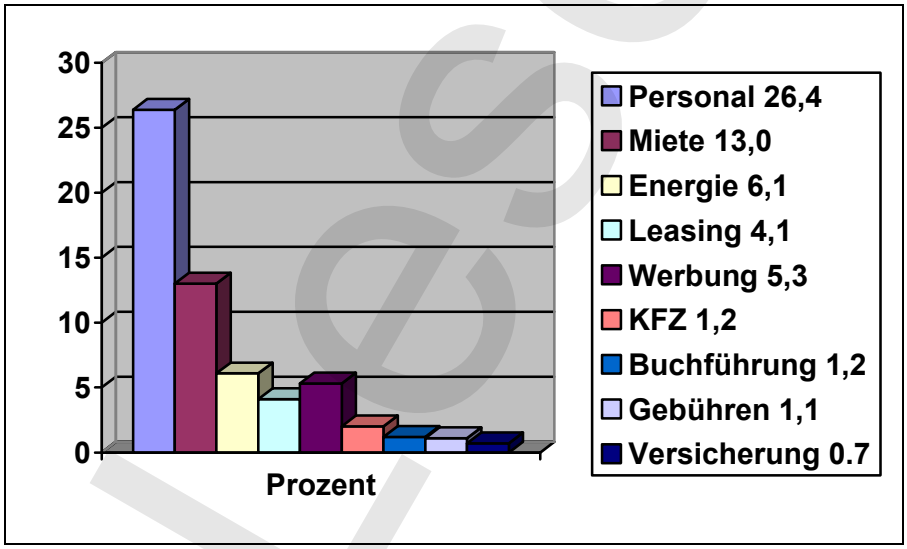


Abbildung 1 - Ausgesuchte Kostenarten in Prozent vom Nettoumsatz
(vgl. „Eckdaten der deutschen Fitnesswirtschaft“, DSSV in Kooperation mit Deloitte, 2011, S. 15)

Leseprobe

Die Abbildung verdeutlicht den hohen Anteil der Personalkosten an den Gesamtkosten. Neben den Personalkosten sind die Mietkosten mit 13,0 Prozent und Werbung mit 5,3 Prozent vom Nettoumsatz weitere Bereiche mit hoher Kostenintensität.

In den angegebenen Personalkosten sind die Kosten für alle Mitarbeiter, seien es fest angestellte, freiberufliche oder auch Fremdfirmen, enthalten. Darin eingeschlossen sind auch die Lohnnebenkosten, wie Arbeitgeberanteile zur Kranken-, Renten- und Pflegeversicherung, enthalten.

Nicht berücksichtigt sind die Gehälter von Geschäftsführern. Würde der so genannte kalkulatorische Unternehmerlohn des Inhabers mit eingerechnet, würde man einen Anteil von über 33 % an den Gesamtkosten erreichen.

Die Löhne und Gehälter können nur durch Einsparungen am Personal gesenkt werden. Dies hätte aber direkten Einfluss auf die Leistungsangebote, die entweder eingeschränkt werden müssten oder deren Qualität nicht mehr aufrechterhalten werden könnte.

Gute Trainer und Mitarbeiter haben ihren Preis. Eine Einsparung geht nur auf Kosten der Qualität. Kostengünstigere Mitarbeiter sind weniger qualifiziert. Beim hohen Wettbewerbsdruck und den hohen Erwartungen an eine Fitnessanlage würde eine Personalkosteneinsparung gleichbedeutend mit einem Mitgliederrückgang oder einer Steigerung der Unzufriedenheit der Mitglieder sein.

1.1.3 Auszubildende

Für Fitnessanlagen ist es sehr von Vorteil, eigene Auszubildende einzustellen. *Je nach Größe des Betriebs könnten dies folgende Berufsausbildungen sein:*

- Sport- und Fitnesskaufleute
- Bürokaufleute
- Fitnesstrainer
- Bachelor Sportmanagement
- etc.

Sport- und Fitnesskaufleute übernehmen Verwaltungs- bzw. Organisationsaufgaben und erarbeiten Konzepte für Sportangebote. Außerdem beraten und betreuen sie Kunden.

Sport- und Fitnesskaufmann/-frau ist ein anerkannter Ausbildungsberuf nach dem Berufsbildungsgesetz. Diese bundesweit geregelte 3-jährige Ausbildung wird in der Sport- und

Leseprobe

Fitnessbranche angeboten. Auch eine schulische Ausbildung ist möglich.

Einige rechtliche Regelungen sind hierbei zu berücksichtigen. Es existieren Rechtsvorschriften und Empfehlungen zur Ausbildung. *Nachfolgend sind einige davon beispielhaft aufgezählt:*

1. Verordnung über die Berufsausbildung zum Sport- und Fitnesskaufmann/zur Sport- und Fitnesskauffrau
2. Rahmenlehrplan für die Ausbildungsberufe Sport- und Fitnesskaufmann, Sport- und Fitnesskauffrau, Sportfachmann Sportfachfrau
3. Berufsbildungsgesetz
4. Gesetz zum Schutz der arbeitenden Jugend
5. Anrechnung schulischer Berufsgrundbildungsjahre auf die Ausbildungszeit

Ausbildungsinhalte sind unter anderem:

- Erarbeitung von Sport- und Fitnessangeboten
- Warenannahme
- Angebotseinholung und Bestellungsdurchführung
- Konzeption von Veranstaltungen und Abrechnungserstellung
- Trainingsplanerstellung und Umsetzung
- Verkaufsgesprächsführung
- Mitgliedsvertragsabschluss
- Werbekonzeptentwicklung
- Rechnungswesen
- Kostenerfassung
- Personaleinsatzplanerstellung
- Pflege von Kundenkontakten
- Kundenberatung
- Reklamationsbearbeitung
- Zahlungsverkehr und Mahnwesen
- Vorbereitung des Jahresabschlusses
- Inventurdurchführung
- Controlling
- Auswertung betrieblicher Kennzahlen
- Erstellung von Statistiken

Man erlernt ebenfalls, wie man individuelle Eingangschecks durchführt und individuelle Trainingspläne erstellt, welche anatomischen, physiologischen und ernährungsbezogenen Aspekte man berücksichtigen muss, wie man verschiedene Zielgruppen berät, wie verschiedene Trainingsmethoden und Bewegungstechniken einzusetzen sind, welche gegenseitigen Rechte und Pflichten aus dem Ausbildungsvertrag entstehen, wie der Ausbildungsbetrieb organisiert ist, wie die Arbeitsschutz- und Unfallverhütungsvorschriften angewendet werden etc.

Leseprobe

(Quelle: Agentur für Arbeit, www.berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/?dest=profession&prof-id=14449_14618).

Duales Studium Sport / Sportmanagement

Ein duales Studium ist in der Fitnessbranche zunehmend zu finden. Hier wird im Fitnessstudio die Praxis vermittelt, während die Theorie in der Fachhochschule oder an der Universität gelehrt wird. Die Kombination von theoretischer und praktischer Ausbildung nennt sich Duales Studium.

Sehr oft findet man die ursprüngliche Form eines drei bis vier Jahre lang dauernden Studiums, bei der im Rhythmus von 3 Monaten jeweils die theoretische Ausbildung an der Universität oder der Fachhochschule mit der praktischen Ausbildung im Betrieb wechselt. Als Abschluss hat man meistens den so genannten Bachelor of Arts, sowie einen staatlich anerkannten Abschluss, wie zum Beispiel den Bürokaufmann.

Es existieren aber auch berufsbegleitende Studienmöglichkeiten. Nach einer Ausbildung kann die Arbeit weiterhin in Vollzeit durchgeführt werden und das Studium wird begleitend absolviert.

1.1.4 Mitarbeiterloyalität

Die Mitarbeiterloyalität ist ein weiterer Faktor, der entscheidend zum Erfolg einer Fitnessanlage beitragen kann. Das Personal identifiziert sich mit der Philosophie und den Zielen des Fitnessstudios.
Die Loyalität eines Mitarbeiters hängt sehr von dessen innerer Überzeugung ab. Die Prinzipien der Anlage müssen mit denen des Mitarbeiters vereinbar sein, sonst lässt sich keine Loyalität zum Unternehmen entwickeln.

Die Philosophie hinter dem Unternehmen und Ziele des Fitnessstudios müssen den Mitarbeitern vermittelt werden. Sie müssen dem Personal verständlich vermittelt werden. Sie müssen nachvollziehbar sein und nicht gegen individuelle oder allgemein anerkannte Werte verstoßen, um zu Wünschen und Zielen des Mitarbeiters zu werden.

Wichtig für die Mitarbeiterloyalität ist die Schaffung von gegenseitigem Vertrauen zwischen Unternehmensleitung und Personal. Die Philosophie und die Ziele dürfen nicht nur auf dem Papier stehen, sie müssen auch von der Geschäftsführung gelebt werden. Dem einzelnen Mitarbeiter sollte niemals der Eindruck vermittelt werden, nur Aufwand für das Unternehmen zu sein. Ihm sollte die volle Anerkennung seiner Arbeit als Mensch zukommen.

Leseprobe

Die Loyalität hängt ebenso vom Gehalt ab. Nur wenn sich der Mitarbeiter angemessen entlohnt fühlt, wird er zufrieden sein. Genauso wichtig ist es, dass ein Mitarbeiter entsprechend seinen Fähigkeiten und Leidenschaften eingesetzt wird. Für bestimmte Tätigkeiten überqualifizierte Mitarbeiter werden ebenso schnell unzufrieden mit ihrer Arbeitsstelle. Jedem Mitarbeiter sollten ebenfalls Aufgabengebiete übertragen werden, für die er die Verantwortung hat und einen eigenen Spielraum für Entscheidungen.

Meinungsverschiedenheiten und Unzufriedenheitsfaktoren sollten regelmäßig in Meetings oder Mitarbeitergesprächen besprochen werden, damit diese Unzufriedenheit nicht vom Mitarbeiter auf das Mitglied übertragen wird. Dieses merkt sehr schnell, dass ein Mitarbeiter nicht zufrieden ist, sei es durch Äußerungen des Personals oder durch das Verhalten des Mitarbeiters.

Wichtig ist, diese Mitarbeiterloyalität durch regelmäßige Fortbildungen zu erhalten und zu stärken. Ebenso kann durch gemeinsame Unternehmungen sämtlicher Mitarbeiter inklusive der Geschäftsführung oder durch Anreize, so genannte Incentives, diese Loyalität gestärkt werden. Ein gutes Arbeitsklima ist ebenso für die Mitarbeiterloyalität wichtig. Nur gute Arbeitsverhältnisse, Anerkennung, kein Mobbing und keine Rivalitäten unter den Mitarbeitern werden die Treue zur Fitnessanlage auf Dauer aufrechterhalten und immer stärker werden lassen.

Die Kosten für die Erhaltung oder den Aufbau und die Stärkung der Loyalität zum Unternehmen können im Controlling des Personalbereichs ermittelt werden. Meist sind die Kosten für die Suche und Einarbeitung von neuen Mitarbeitern für eine Fitnessanlage, die durch dauernde Mitarbeiterwechsel auffällt, deutlich höher als die Kosten für die Erreichung von Mitarbeiterloyalität, denn unzufriedene und häufig wechselnde Mitarbeiter lassen die Unzufriedenheit der Mitglieder mit ihrer Anlage wachsen. Unloyale und unzufriedene Mitarbeiter haben stets negativen Einfluss auf die wirtschaftlichen Zahlen eines Fitnessstudios.

Zufriedene und loyale Mitarbeiter steigern folglich den Unternehmensgewinn. Sie steigern ebenfalls das Bild der Anlage nach außen hin. Hinzu kommt, dass loyales Personal das Fitnessstudio auch weiterempfiehlt. Solche Mitarbeiter werde dem Unternehmen langfristig zur Verfügung stehen und die Teamarbeit wird nicht durch die Einarbeitung neuer Mitarbeiter gestört. Die Routine und Professionalität eines langjährig gleich bleibenden Personals fördert auch das Wohlfühlen der Mitglieder. Persönliche Bindungen entstehen erst, wenn sich das Mitglied und der Mitarbeiter des Öfteren sehen und miteinander arbeiten oder auch nur Smalltalk halten. Diese Bindung entfällt bei ständig wechselndem Personal.

1.2 Personalplanung

Personalplanung gehört zum Unternehmensbereich des Personalwesens. Die übergeordneten wirtschaftlichen Ziele des Fitnessstudios und die zukünftige Entwicklung der Mitgliederzahl und Auslastung sollen durch eine möglichst genaue Planung des Personalbedarfs und auch der Weiterbildung des Personals erreicht werden.

Der momentane Bedarf an Mitarbeitern kann durch Umfragen und Analysen der Ist-Situation ermittelt werden. Sind Kurse überbelegt oder Personaltrainer ausgebucht, muss dementsprechend neues Personal rekrutiert werden oder freie Mitarbeiter für den zusätzlichen Bedarf beschäftigt werden.

In den Planzahlen einer Fitnessanlage sind auch die mittel- und langfristigen Ziele enthalten. Entsprechend dieser Planzahlen muss auch die Mitarbeiterzahl oder die Weiterbildung zur Aufrechterhaltung des Qualitätsanspruchs geplant werden. Nur mit genügend Mitarbeitern kann die Gewinn- oder Umsatzplanung auch tatsächlich umgesetzt werden.

Die Qualität und die Menge des Personals muss so geplant sein, dass genau die Mitarbeiterzahl zu einem bestimmten Zeitpunkt und in einem bestimmten Bereich bereitgestellt werden kann. Hier ist auch das für das Personal bereitgestellte oder geplante Budget zu berücksichtigen.

Für eine gute Personalplanung sind verschiedene Planungen wichtig. *Hierunter gehört die Planung der aktuellen Mitarbeiterzahl unter Berücksichtigung der Fluktuation durch zum Beispiel:*

- Schwangerschaft
- Umzug
- Arbeitsstellenwechsel
- Ruhestand
- Krankheit

und die Planung des zukünftigen Bedarfs an Mitarbeitern. Daneben muss geplant werden, wie dieser Bedarf am Markt beschafft werden kann.

Damit eine gleich bleibend gute Qualität des Leistungsangebots erreicht werden kann, muss auch die qualitative Entwicklung des Personals geplant werden. Es muss entschieden werden, welche Mitarbeiter in bestimmten Bereichen weitergebildet werden. Die Karrieremöglichkeiten für Mitarbeiter müssen durch Weiterbildungsmöglichkeiten erreichbar sein.

Ein weiteres Aufgabengebiet in der Personalplanung ist die Planung des Einsatzes der Mitarbeiter. Die Mitarbeiter werden entsprechend ihren Qualifikationen und den Anforderungen an die

Tätigkeit einem Arbeitsbereich zugeteilt. Haben manche Mitarbeiter noch freie Kapazitäten, können ihnen noch andere Aufgaben zugewiesen werden. Die Berücksichtigung der Karriere und des Aufstiegs im Unternehmen gehört ebenfalls zu diesem Aufgabengebiet.

Der Personaleinsatzplan ist ein Mittel zur Verteilung der momentanen Aufgaben und Arbeiten auf die tatsächliche Zahl der Mitarbeiter. Hier muss berücksichtigt werden, dass zu Stoßzeiten mehr Mitarbeiter anwesend sind. Genauso muss für die Hochsaison ein höherer Personalbedarf eingeplant werden.

Für jeden Tag muss ein Einsatzplan erstellt werden, der stündlich genau festlegt, welcher Mitarbeiter wofür eingesetzt ist. Bei diesen sehr kurzfristigen Plänen ist zu berücksichtigen, dass auch flexible Mitarbeiter für eventuelle Änderungen, zum Beispiel durch Krankheit, einsatzfähig sein können. Der Betrieb sollte immer reibungslos funktionieren und ein Personalengpass sollte immer vermieden werden.

Bei den sehr langen Öffnungszeiten ist es nötig, sehr viele flexible Mitarbeiter, auch freie Mitarbeiter, zu beschäftigen. Sie müssen flexible Arbeitszeiten im Schichtbetrieb akzeptieren, denn nur dadurch können Stoßzeiten oder Schwankungen im Personalbedarf durch unterschiedliche Saisonzeiten ausgeglichen werden.

Das Ziel der Personalplanung ist immer ein optimaler kostenorientierter Einsatz des Personals, da diese Kosten wie bereits beschrieben den höchsten Anteil an den Gesamtkosten ausmachen.

1.3 Umsatzplanung

Ein Umsatzplan ist ein ideales Instrument zur Kontrolle der wirtschaftlichen Ziele eines Fitnessstudios. Um zukünftige Umsätze planen zu können, müssen allerdings viele Faktoren berücksichtigt oder antizipiert werden. Die Planzahlen wirken sich auch auf andere Planungen, wie zum Beispiel die der Liquidität oder der Rentabilität aus.

Um richtige Zahlen niederzulegen, ist es wichtig, falls das Studio schon längere Zeit besteht, sich an den Zahlen der Vergangenheit zu orientieren. Das Umsatzwachstum kann sich am Wachstum der vergangenen Jahre orientieren.

Die Umsatzplanung muss sich auch immer am Personalbedarf und an der Auslastungskapazität orientieren. Wichtig ist, real erzielbare Umsatzzuwächse als Ziel zu definieren und diese den

Leseprobe

Mitarbeitern klar und verständlich zu machen, damit diese sie auch als ihr Ziel akzeptieren können.

Genauso wichtig ist es, sich am Markt zu orientieren. *Die Analyse der*

- -Umsatzzahlen der Konkurrenz
- die Zahl der Mitwettbewerber
- der eigene Position am Markt
- die Möglichkeiten am eigenen Standort
- die Zielgruppe und deren finanzielle Ausstattung
- die Auslastung der Anlage und vieles mehr

sind wichtige Hilfsmittel zur Definition eines realen Umsatzwachstums.

Diese Zahlen müssen aufwändig recherchiert werden. Hier kann ein Einblick ins Handelsregister wichtige Zahlen und Informationen über die Konkurrenz liefern. Eine Recherche im Internet oder Informationen der Fachverbände und Handelskammern können weiterhelfen. Das Engagement einer Unternehmensberatung, die auf die Fitnessbranche spezialisiert ist, wäre ebenfalls ratsam.

Wichtig ist, die Haupt- und Nebensaisons der Fitnessbranche dabei zu beachten. Unsichere Umsätze sollten mit größter Vorsicht behandelt werden und eher sehr vorsichtig mit einbezogen werden.

Für die Umsatzplanung und die folgenden Planungen existieren genügend Softwareprogramme, die die Planungen erleichtern können.

1.4 Kostenplanung

Die Kostenplanung beschäftigt sich mit allen möglichen in Zukunft anfallenden Kosten. Diese werden nach dem geplanten Umsatz berechnet. Eine gute Kostenplanung wird durch die Entwicklung von aussagekräftigen und klar gegliederten Dokumenten zur Erfassung von Kosten erzielt.

Bei vielen Fitnessunternehmen hat sich erwiesen, dass es am besten ist, die verschiedenen Kostenarten an die aus der Buchhaltung anlehnt. *Ein Beispiel für eine Unterteilung der Kosten ist nachfolgend aufgelistet:*

- Personalkosten (Löhne und Gehälter, evtl. Provisionen)
- Mietkosten
- Materialkosten
- Energiekosten
- KFZ-Kosten
- Verwaltungskosten
- Werbekosten

- Versicherungen
- Leasing von Sportgeräten
- Weiterbildung von Mitarbeitern
- Sonstiges

Wichtige Zahlen für die Kostenplanung sind die Kosten aus dem vergangenen Jahr oder weiteren Jahren. Die Preisentwicklung auf dem Sportgerätemarkt ist bei geplanten Neuanschaffungen zu berücksichtigen, genauso die der Nahrungsergänzungsmittel etc.
Je nach der Höhe des jeweiligen Kostenbereichs sind die Kosten dementsprechend zu gewichten. Beispielsweise wäre eine Erhöhung der Löhne und Gehälter durch Tarifvereinbarungen oder Erhöhung der Renten- oder Krankenversicherungsbeiträge ein enormer Kostentreiber, da die Personalkosten den höchsten Anteil an den Gesamtkosten stellen.

1.5 Investitionsplanung

Auch in einer Fitnessanlage müssen die Trainingsgeräte auf dem neuesten Stand sein, alte Firmenfahrzeuge durch neue ersetzt werden oder auch Weiterbildungen für Mitarbeiter zum Erhalt der Qualität durchgeführt werden. Genauso könnte in einen neuen Wellnessbereich investiert werden.
Um solche Investitionen tätigen zu können, sind finanzielle Mittel für die Fitnessanlage nötig.

Für die Finanzierung der Investitionen sollte ein langfristiger Plan erstellt werden. Hier ist auch zu berücksichtigen, dass diese Auswirkungen auf den Jahresgewinn durch Abschreibungen haben. Sollte nicht genügend Eigenkapital vorhanden sein, müssen die Investitionen durch Kredite finanziert werden, was wiederum durch Zinszahlungen Auswirkungen auf die Kosten hat. Eine Investition kann auch die Höhe der Versicherungsbeiträge beeinflussen oder zu erhöhten Energiekosten führen.

Investitionen können für das folgende Jahr oder auch für die darauf folgenden Jahre geplant werden. Bei der Planung müssen auch die Kostenarten berücksichtigt werden, die die Investitionen beeinflussen.

Ein Plan sollte aus einer Auflistung aller notwendigen und wünschenswerten Investitionen bestehen.

Leseprobe

Herzlichen Glückwunsch!

Sie haben es geschafft.

KONTAKT

Academy of Sports GmbH

Firmensitz: Lange Äcker 2, 71522 Backnang

Telefon: 0800 5891254 (gebührenfrei)
Telefon: +49 7191 90714-30 (aus dem Ausland)
Telefax: +49 7191 90714-50

E-Mail: info@academyofsports.de
Internet: www.academyofsports.de

Social Media

Facebook

Twitter

Google+

Xing

YouTube

ACADEMY OF SPORTS
Bildung schafft Zukunft.