

PRESSEMITTEILUNG

Servicestudie: Fitness-Studios 2014

Gutes Geräte- und Kursangebot, aber Trainer häufig auf Tauchstation – Testsieger ist Injoy

Hamburg, 10.01.2014 – Gewichtestemmende Muskelprotze beherrschen längst nicht mehr die Szenerie: Fitness-Studios, früher abschätzig als Muckibude tituliert, erfreuen sich heute quer durch alle Altersklassen großer Beliebtheit. Fitness liegt im Trend, doch die Wahl des richtigen Studios fällt schwer: Welcher Fitnessklub bietet ein großes Angebot und zugleich gute Trainingsbedingungen? Und bei welchem Anbieter überzeugt das Personal durch Kompetenz und individuelle Betreuung? Das Deutsche Institut für Service-Qualität hat im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv acht große Fitness-Studio-Ketten einem Servicetest unterzogen.

Insgesamt fiel der Service der Fitness-Studios erfreulich aus. Sechs Unternehmen schnitten mit „gut“ ab, zwei erreichten ein befriedigendes Resultat. Der Test deckte aber auch Mängel auf, insbesondere bei der Trainingsbetreuung und teils auch bei der Beratung.

Training unter fachkundiger Anleitung? Diesen Anspruch erfüllte die Branche längst nicht immer: In fast 30 Prozent der Klubs war im Fitnessbereich kein Mitarbeiter dauerhaft anwesend. In jedem dritten Studio fanden keine regelmäßigen Rundgänge des Fachpersonals statt, und nur in gut der Hälfte der Fälle nahmen die Trainer aktiv Kontakt zu den Mitgliedern auf, etwa um Hilfeleistung zu geben oder auf Fehler aufmerksam zu machen. „Die Trainingsbetreuung war insgesamt nur befriedigend. Es ist kein Ruhmesblatt für die Fitness-Studios, wenn die Kunden nach Vertragsabschluss häufig sich selbst überlassen werden“, kritisiert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Dagegen war die Beratungskompetenz der Angestellten im Durchschnitt gut. Kundenfragen zum Fitness-Training wurden sicher, korrekt und meist auch vollständig beantwortet. Insgesamt trat das Personal motiviert auf. Doch auch hier war noch Verbesserungspotenzial erkennbar: So erkundigten sich die Trainer in fast 30 Prozent der Probetrainings nicht ausreichend nach den bisherigen Sportaktivitäten und der gesundheitlichen Verfassung der Kunden. Und Interessenten, die bei der Erstberatung nach einem individuellen Trainingsplan fragten, erhielten in jedem dritten Fall keinen auf ihre Wünsche abgestimmten Vorschlag. Darüber hinaus wurden die Kosten relativ häufig nur intransparent dargestellt. „Gute Ergebnisse erzielten die Fitness-Studios mit dem Geräte- und Kursangebot. Auch die Räumlichkeiten konnten oft überzeugen, ebenso wie die sehr kundenfreundlichen Öffnungszeiten“, weist Marktforschungsexpertin Möller auf weitere positive Testergebnisse hin.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Freizeit & Fitness, Freitag, 10.01.2014, 18:35 Uhr.

Testsieger der Servicestudie „Fitness-Studios 2014“ wurde Injoy mit dem Qualitätsurteil „gut“. Sogar ein sehr gutes Ergebnis erzielte der Anbieter in puncto Beratung und Probetraining. Die Mitarbeiter beantworteten alle Fragen vollständig und korrekt. Zudem gingen sie in den ausführlichen Beratungen individuell auf die Kunden ein. Injoy punktete auch mit den im Vergleich besten Resultaten bei der Trainingsbetreuung sowie bei den Terminvereinbarungen per Telefon und E-Mail.

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
Beirat:
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,
Johann C. Lindenberg
Ust.-Id.-Nr. DE249603922
Amtsgericht Hamburg HRA 104009
Persönlich haftende Gesellschafterin:
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Auf Rang zwei platzierte sich Fitness First. Das Unternehmen überzeugte insbesondere im Bereich Trainingsbedingungen und Angebot. Neben einer großen Auswahl an unterschiedlichen Geräten im Kraft- und Ausdauerbereich bot Fitness First auch ein vielfältiges Angebot an Sportkursen. Pluspunkte sammelte der Anbieter zudem mit den ansprechend gestalteten und sehr sauberen Räumlichkeiten. Den dritten Rang belegte Health-City. Bei der Beratung bestachen die Mitarbeiter durch ihre freundliche und hilfsbereite Art und informierten die Kunden anschaulich über den Nutzen des Fitness-Trainings. Positiv fielen auch das saubere Trainingsumfeld, das gute Geräte- und Kursangebot und weitere Services wie Sauna und eine umfangreiche Kinderbetreuung auf.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte acht Fitness-Studio-Ketten, die über mindestens 20 Filialen in Deutschland verfügten. Basis der Servicestudie bildeten jeweils neun verdeckte Besuche („Mystery-Tests“) in unterschiedlichen Studios eines jeden Anbieters. Untersucht wurden dabei unter anderem die Beratungskompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter, die Trainingsbetreuung, das Geräte- und Kursangebot sowie die Gestaltung der Fitness-Studios. Bei jedem Unternehmen umfassten jeweils drei der neun Tests neben den obligatorischen Beratungsgesprächen auch Probetrainings. Darüber hinaus wurde der Service bei jedem Anbieter anhand von jeweils drei anonymen, verdeckten Interessentenanfragen beziehungsweise Terminvereinbarungen über Telefon sowie über E-Mail ermittelt. Insgesamt flossen 120 Servicekontakte in die Auswertung ein.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 12
Mobil: +49 (0)170 / 29 33 857
E-Mail: b.moeller@disq.de
www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.