

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Fitness-Flatrate-Anbieter 2017

Mehrere Fitnessclubs im Paket – Oft attraktives Angebot und guter Service – Testsieger ist Urban Sports Club

Hamburg, 04.10.2017 – Fitnessstraining liegt im Trend und neue Studios schießen wie Pilze aus dem Boden. Doch nicht jedermann möchte sich fest an einen Club binden. Die Alternative: Fitness-Flatrate-Anbieter. Wer hier Mitglied wird, kann flexibel das Angebot ausgewählter Fitnessclubs nutzen. Ein attraktives Konzept, bei dem man aber wählerisch sein sollte – auch, weil sich das Leistungsangebot je nach Anbieter und Tarif deutlich unterscheidet. Das zeigt die Studie des Deutschen Instituts für Service-Qualität, welches im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv den Service und das Angebot von fünf Fitness-Flatrate-Anbietern getestet hat (*Sendehinweis: n-tv Ratgeber – Geld, Mittwoch, 04.10.2017, 18:35 Uhr*).

Große Angebotsvielfalt, verschiedene Mitgliedschaftsmodelle

Alle Fitness-Flatrate-Unternehmen ermöglichen den Zugang zu einem breit gefächerten Sport- und Wellnessangebot, beispielsweise mit Gerätetraining, Yoga- und Fitnesskursen sowie Saunen und Dampfbädern. Sportkurse hier, Wellness dort – Mitglieder können stets die Wahl des jeweiligen Studios nach den persönlichen Präferenzen treffen. Allerdings: Speziellere Angebote wie Wassersport oder Aktivsport, beispielsweise Klettern, ermöglichen nicht alle Unternehmen; auch der Wohnort ist mitentscheidend. So haben die Fitness-Flatrate-Anbieter zwar bundesweit zwischen rund 200 bis deutlich über 1000 Partnerstudios – die Auswahlmöglichkeit fällt jedoch von Stadt zu Stadt unterschiedlich aus.

Bei allen getesteten Fitness-Flatrate-Anbietern stehen drei verschiedene Mitgliedschaften zur Auswahl. Preise und Leistungen variieren hier und fallen insbesondere bei den Einstiegsangeboten deutlich aus: die Beitragshöhe liegt je nach Anbieter zwischen 29 und 49 Euro monatlich. Hier ist bei einigen Anbietern die Anzahl der Studiobesuche auf vier pro Monat begrenzt, bei anderen ist zum Beispiel die Auswahl an Studios eingeschränkt. Vollmitgliedschaften („Premium-Tarife“) kosten dagegen erheblich mehr: zwischen 89 und rund 110 Euro pro Monat.

Guter Service als wichtiger Pluspunkt

Die Fitness-Kooperationen bieten einen überzeugenden Service: Sowohl am Telefon als auch per E-Mail fallen die Wartezeiten kurz aus; die Mitarbeiter beweisen Kompetenz und beantworten Fragen der Interessenten korrekt und souverän. Auch die Internetauftritte informieren ausführlich und verständlich über die angebotenen Sportarten und Kurse sowie über alle Fragen rund um die Mitgliedschaft. „Fitness-Flatrates können eine smarte Lösung für aktive Menschen sein. Man sollte jedoch prüfen und überlegen, welches Angebot aus verschiedenen Tarifen und Leistungen das persönlich passende ist“, so Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Die besten Fitness-Flatrate-Anbieter

Testsieger ist Urban Sports Club mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“. Das Unternehmen offeriert das vielfältigste Angebot an Sportarten und die meisten Partnerstudios – in Kombination mit dem jeweils günstigsten Basis-

Geschäftsführung:

Markus Hamer

Beirat:

Jochen Dietrich, Johann C. Lindenberg

Ust.-Id.-Nr. DE249603922

Amtsgericht Hamburg HRA 104009

Persönlich haftende Gesellschafterin:

buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,

Amtsgericht Hamburg HRB 97297

sowie Medium-Tarif. Im Service überzeugt der im Vergleich beste Internetauftritt durch einen ausgesprochen hohen Informationswert und Bedienungsfreundlichkeit. Auch eine App für den flexiblen Zugriff per Mobilgerät steht zur Verfügung. Positive Ergebnisse erzielt darüber hinaus der Service am Telefon und per E-Mail.

Platz zwei belegt My Fitness Card, ebenfalls mit dem Qualitätsurteil „sehr gut“. Das Unternehmen punktet mit den insgesamt besten Konditionen: Die Premium-Mitgliedschaft ist die günstigste im Test, Anmeldegebühren fallen nicht an und auch eine kostenlose Probemitgliedschaft ist möglich. Das umfangreiche Angebot reicht von Gerätetraining über Wassersport bis zum Yogakursen. Zudem zeigt der Anbieter insgesamt – und auch in allen Teilbereichen Telefon, E-Mail und Internet – einen guten Service.

Den dritten Rang nimmt Fitrates (Qualitätsurteil: „gut“) ein. Eine Stärke des Unternehmens ist der Service dank nutzerfreundlicher und informativer Website und kompetenter Beratung am Telefon und per E-Mail. Das Sportangebot ist vielfältigen und auch die Tarifkonditionen überzeugen, beispielsweise mit kurzer Mindestlaufzeit von nur einem Monat.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete fünf Fitness-Flatrate-Anbieter für Privatkunden, die Zutritt zu mehreren Partner-Fitnessstudios ermöglichen und deren Fokus auf einem längerfristigen Vertragsverhältnis liegt. Die Servicequalität wurde bei jedem Unternehmen durch je zehn verdeckte Telefon- und E-Mail-Tests (Mystery-Calls und -Mails), Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und durch je eine detaillierte Inhaltsanalyse der Websites untersucht. Es flossen 155 Servicekontakte mit den Anbietern in die Auswertung ein. Zudem erfolgte eine Konditionenanalyse, die eine Untersuchung des Angebots, der Mitgliedschaftspreise sowie der Vertrags- und Zahlungsbedingungen der Fitness-Flatrate-Anbieter umfasste (Erhebungszeitraum: 27.07.-09.08.2017).

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

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20
E-Mail: m.schechtel@disq.de
www.disq.de

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
E-Mail: info@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 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.