



**FIBO**

**Reportage**

**Solidarität**

**im Selfie-Zeitalter ?**

**Eine Illusion !**

**Fit Models**

**Innovation**

**Award**

für **XBT** von **PowrX**



**FitQuest**

**Die Schnittstelle**

**in die digitale Fitnesswelt !**



# MISSING LINK

## Endlich kann jede Fitnessclubanlage, aber auch jeder Sportverein oder jedes Unternehmen mit FitQuest die Schnittstelle in die digitale Welt ihrer Mitglieder schaffen

Interview von Jean-Pierre L. Schupp mit Horst Blankenburg,  
Exklusiv-Distributor von FitQuest in Deutschland, Österreich und der Schweiz

**JPS:** Horst, ich war sehr überrascht, Dich als offiziellen und exklusiven Distributor am FitQuest stand an der FIBO 2017 anzutreffen. Eigentlich hatte ich gedacht, dass Du als ehemaliger, erfolgreicher Geschäftsführer bei Technogym Deutschland, der Fitnessindustrie den Rücken gekehrt hattest. Was ist passiert?

**HB:** Die Kernbereiche von Blankenburg Consulting liegen im Company-Consulting, in der Prozess-, Projekt- und Businessmodel-Entwicklung. Als Teil von Beratungen entwickeln wir seit Jahren für Unternehmen spezielle Geschäftsmodelle, begleiten diese auch operativ, bis wir diese zu einem definierten Zeitpunkt in den laufenden Geschäftsbetrieb unserer Kundenvollständig implementieren. Insofern war der Weg zur eigenen Distribution nicht mehr ganz so weit.

Wenn man wie ich über 25 Jahre in der Sport-, Freizeit- und Fitnessbranche gearbeitet hat, dann hat man es immer mit Produkten zu tun, die man entwickelt, weiter voranbringt und für die man sich begeistert. Letzteres ist mit FitQuest passiert.

Vor etwa einem Jahr hat uns das englische Unternehmen MIE Medical Research (Hersteller von FitQuest) kontaktiert und uns gefragt, ob wir über Blankenburg-Consulting das Unternehmen bei der Einführung von FitQuest in den deutschsprachigen Ländern beraten und begleiten wollen. Als wir zu ersten Gesprächen nach London geflogen sind, uns dass Unternehmen und FitQuest, sowie die digitalen Einsatz- und Umsatzmöglichkeiten genauer angesehen haben, wurde uns schnell klar, dass es sich bei FitQuest um einen Rohdiamanten handelt. Nun wirst Du mich fragen: Weshalb ein Rohdiamant?

FitQuest wurde mit hohem wissenschaftlichen Aufwand entwickelt und herausgekommen ist eine mega-innovative 8-in-1-Station in smartem Design, dessen Nutzung unglaublich einfach und völlig unkompliziert ist. Nun könnte man meinen, dass ein, innerhalb von nur 4 Minuten auf wissenschaftlicher Basis ermittelter Leistungszustand eines Menschen schon Innovation genug sei. Ist es aber nicht, denn das eigentlich Sensationelle ist die Transformation von der zunächst analogen Welt – also dem Test

und dem Fitnesstraining – hin zur digitalen Welt des Kunden. Und genau an dieser Schnittstelle verdienen Betreiber sehr einfach Geld! Deshalb ist unser Ansatz ja auch

**„from physical to digital“ !**

Blankenburg Distributions als Vertriebsdivision für FitQuest ist nur ein Teil von Blankenburg-Consulting. Allerdings mussten wir etwas umstrukturieren und ich werde nur noch sehr wenige Kunden betreuen. Die meisten Projekte werden an Mitarbeiter und Partner abgeben, damit ich mich um FitQuest entsprechend kümmern kann.

**JPS:** Hast Du in den letzten Jahren viele Unternehmen im Fitness- oder Freizeitbereich betreut oder warst Du nach Deiner Zeit als Geschäftsführer von Technogym auch für andere Industrien tätig?

**HB:** Tatsächlich kam nach Gründung von Blankenburg Consulting der überwiegende Teil unserer Kunden nicht aus der Fitnessindustrie. Über die Zeit haben wir allerdings einige Unternehmen aus der Fitnessbranche (Clubs) schnell wieder auf Erfolgskurs gebracht, und da wir Beratung als ein sehr diskretes Geschäft ansehen, haben wir unsere Arbeit im Sinne des Kunden stets leise und unauffällig getan. Im Laufe der Jahre haben wir viele erfolgreiche Konzepte für andere Industrien entwickelt, die wir nun auch im Fitnessmarkt für unsere Kunden erfolgreich einsetzen konnten. Ein Beispiel wäre unser Konzept „Identification-Code“- nachzulesen unter [www.Blankenburg-Consulting.com](http://www.Blankenburg-Consulting.com). Übrigens ist dieses Tool in der FitQuest-Advantage-Premium-Edition bereits enthalten, und bietet einen enormen Mehrwert für Studiobetreiber.

Einen Kunden darf und kann ich nennen: das ist die Johnson Health Tech. GmbH mit der Marke MATRIX. Wir betreuen das Unternehmen schon einige





Jahre, und wir sind dort in einer Weise eingebunden, als wären wir Mitarbeiter des Konzerns. Matrix hat sich aus unserer Sicht prächtig entwickelt, wächst jedes Jahr satt zweistellig, und hat ein schier endloses Entwicklungspotential. Insofern freuen wir uns über eine lange Zusammenarbeit! Matrix hat sehr gute Chancen jedes Jahr ausserordentlich zu wachsen, und so viele Unternehmen, die das von sich behaupten können, gibt es in der Fitnessbranche ja nicht!

**JPS:** *Ich muss ehrlich sagen, ich war am Anfang skeptisch, was FitQuest angeht und Deine eben erwähnten Argumente haben dann doch mein Interesse geweckt. Ich habe mich mit dem Phänomen FitQuest dann gleich intensiv bei diversen Standbesuchen bei Dir beschäftigt. In der Tat, das absolute Hauptargument ist, dass man auch ohne «egym» oder «milon» sowie als Einzelstudio als auch als Kette mit «FitQuest» professionell «from physical to digital», d.h. mit entsprechend ein-*

*fach aufgearbeiteten Daten sich endlich auch in der digitalen Informationswelt bewegen kann. Horst, was waren deine Eindrücke auf der FIBO und wie siehst Du den Markt in der Zukunft?*

**HB:** Tatsächlich hatten wir bis Sonntag so viel Zulauf, dass ich meine übliche grosse FIBO-Runde gar nicht machen konnte. Selbstverständlich beschäftigen wir uns permanent mit dem Fitnessmarkt und als kleine Zusammenfassung würde ich folgendes sagen:

Der Markt, und dies sollte niemanden mehr überraschen, wird sich weiter in ganz unterschiedliche und immer neue Segmente differenzieren. Neue Konzepte und neue clevere Produkte werden die Struktur des Fitnessmarktes kontinuierlich und nachhaltig verändern. Kaum angetreten, entwickeln bislang unauffällige Unternehmen und Start-Ups neue Geschäftsmodelle, und werden dadurch innerhalb von nur wenigen Jahren zu spürbaren Alternativen zu den klassischen Fitnessstudios. Dies liegt zum Teil auch daran, weil die Herangehensweisen von solchen Unternehmen in Bezug auf Entwicklung, Engagement, Investment und Marktbearbeitung soviel anders sind, als es klassische Unternehmen kennen oder gewohnt sind.

Die meisten Veränderungen werden nicht von den Etablierten der Fitnessbranche oder dem Mainstream kommen, sondern von Jungunternehmen, die den Fitnessmarkt völlig anders sehen und dementsprechend bearbeiten.

Dennoch sollten wir aufgrund der momentanen Marktreife davon ausgehen, dass die überwiegenden Neueröffnungen und Erweiterungen im Discount-Segment, mit Fokus auf entsprechende Grösse, und im Special-Interest- sowie im Boutique-Fitness Segment erfolgen.

So wie in fast allen anderen Märkten auch, wird die Vielfalt an Angeboten

Fortsetzung Seite 44





► Fortsetzung von Seite 43

oder Varianten immer weiter zunehmen, und mehrere Konzepte und Systeme werden nebeneinander existieren. Obgleich angeblich gut 10 Millionen Menschen in deutschen Studios angemeldet sind, sehen wir klare Tendenzen, dass Menschen zunehmend nach anderen Trainingsmöglichkeiten suchen, weil ihnen das klassische Training an den Geräten im Durchschnitt als zu langweilig erscheint.

Betrachten wir die Ausstattung eines Fitnessstudios von heute im Vergleich von vor ca. 10 Jahren, dann wird klar, was ich damit meine. Die Nutzung von Pocket-Sized-Trainern und Online-Portalen wird weiter zunehmen, denn mit virtuellen Trainern und endlos verfügbaren Trainingsprogrammen können Menschen, egal ob sie in einem Hotel, Fitnessstudio oder ihren Wohnzimmern sind, ihre ganz persönlichen Ziele mit massgeschneiderten Trainingsprogrammen rund um die Uhr erreichen.

«Freeletics» ist nach nicht einmal vier Jahren bei rund 10 Millionen Nutzern weltweit angekommen.

Was mich zur Digitalisierung bringt. Das Internet ist schon heute wie ein Strom- oder Wasseranschluss in einem Haus, und es wird alle Bereiche des Lebens und Arbeitens durchdringen. Alles, was man digitalisieren kann, wird digitalisiert. Einfach alles und das liegt auf der Hand! Dies hat zur Folge, dass zum einen bestehende Unternehmens- und Fitnessmarktstrukturen entweder dadurch aufgeweicht und/oder bestehende Konzepte oder Programme mit digitalen Angeboten ergänzt werden müssen. Die digitale Vernetzung und vor allem das mobile Internet wird die Art und Weise, wie Fitness-Unternehmen im Wettbewerb künftig bestehen, substantiell verändern, wobei die Durchdringung des Marktes doch schon vor langer Zeit begonnen hat. Man kann von elektronischen bzw. softwaregesteuerten Trainingszirkeln halten, was man will, und ganz sicher werden noch mehr Varianten auf den Markt kommen, aber ein Zurück in den „offline“-Modus ohne digitale Anbindung und Datenevaluierung wird es ebenso wenig geben, wie



wir wieder zu Schreibmaschinen, Kassettenrecordern oder zum Kompendium „Wer liefert was“ zurückkehren werden.

Es besteht kein Zweifel, dass die Welt um den Fitnessmarkt herum die digitale Gesundheit und Fitness angenommen hat, und sie wächst in einem atemberaubenden Tempo. Seltsamerweise ist das bei vielen Betreibern immer noch nicht angekommen. Betreiber sollten sich allerdings zeitnah fragen, ob Mitglieder dessen Club noch als Teil ihrer digitalen Fitnesswelt ansehen oder nicht! Online-Angebote werden weiter stark zunehmen, und Menschen könnten es nicht mehr für so unbedingt notwendig erachten, zum Training in den Fitnessclub zu gehen.

Dabei wäre es doch so einfach, bestehende und vor allen Dingen neue Mitglieder zu begeistern. In Deutschland gibt es rund 50 Millionen Handynutzer, etwa 26 Millionen nutzen Facebook, ca. 34 Millionen nutzen WhatsApp-Dienste und gut 7 Millionen nutzen Instagram; um nur einige zu nennen. Ein durchschnittlicher Handy-User nutzt sein Handy rund 80 x pro Tag für ca. 150 Minuten. Die starken



Nutzer natürlich viel häufiger. D.h. pro Monat wird das Handy gut 2.400 x für insgesamt 75 Stunden genutzt.

Frage: Wie viel Zeit oder Aufmerksamkeit schenkt ein Mitglied seinem Studio, dem Inhaber oder Trainer im Laufe eines Monats? Oder anders herum: Wie viele „analoge“ Kontaktmöglichkeiten haben oder nutzen Studiobetreiber, um auf die Wünsche ihres Mitgliedes einzugehen und um neue Mitglieder zu bekommen? Du siehst, die Frage ist heute ganz sicher nicht mehr, ob man eine Unternehmens-App benötigt, oder ob eine digitale Anbindung sinnvoll ist. Es geht nur noch darum in welchem Umfang und auf welche Art!

Vor allem Menschen, die mit der Digitalisierung gross geworden sind, entscheiden nicht nach alten Konventionen. Wenn Studios mit klassischer Werbung versuchen neue Mitglieder zu werben, dann ist das nur noch ein kleiner Teilausschnitt davon, wie Kunden Fitnessrichtungen heute und vor allen Dingen in der Zukunft wahrnehmen. Das Gros läuft klar über soziale Medien, Ratings und, ganz wichtig, über Empfehlungen! Ob man das nun selbst gut findet oder nicht, ist leider unerheblich geworden, denn die Entscheidung liegt vollumfänglich beim Konsumenten!

Mit FitQuest wird Studiobesitzern der Sprung in die digitale Kundenwelt extrem einfach, ja geradezu spielerisch leicht gemacht. Bereits nach dem ersten Fitness-Test katapultieren wir den Studiobesitzer direkt in die digitale Mitgliederwelt, und er beginnt in genau diesem Moment zusätzliches Geld zu verdienen; wenn er es möchte!

**JPS:** *Mich hat FitQuest am Schluss definitiv überzeugt, als mich doch einige Fitnessclubbetreiber an der FIBO ansprachen und mich über FitQuest ausfragen wollten, ich diese aber an den FitQuest-Stand geschickt habe, um deren Eindrücke erfahren zu können und die waren in der Tat alle mehr als positiv. Ein mir gut bekannter Studio-Kettenbesitzer ist sogar dreimal an den FitQuest Stand gekommen mit seinen Clubbetreibern und will FitQuest in seinen Anlagen einsetzen. Horst, was bietet FitQuest aber zusätzlich dem Fitnessclubbetreiber in Sachen MISSING-LINK?*

**HB:** Jedes FitQuest wird automatisch mit einem sehr umfangreichen Leistungspaket ausgeliefert. Neben den enthaltenen Vollgarantien, Lizenzen, Trainings, Auswertungen, Services oder der kostenfreien Nutzung des Onlineportals, gibt es einen ganz entscheidenden Punkt. Für uns war von Anfang an wichtig, dass FitQuest einen ganz klaren Kernnutzen für unsere Kunden hat. Der klare Nutzen für unsere Kunden sind aufgrund des Fitness-Tests die Bereiche Mitgliederbindung und Geldverdienen. Ganz einfach! Deshalb sind die folgenden Vorteile sicher besonders interessant für Studiobetreiber.

Zum einen trägt der Einsatz von FitQuest zweifellos dazu bei, dass die Einrichtung für Mitglieder an Wert gewinnt. Ein Ziel von FitQuest ist es ja, den Mitgliedern unserer Kunden etwas zu bieten, was sie positiv mit ihrem Club verknüpfen, und ihnen einen triftigen Grund gibt, wieder genau zu diesem Club zurück zu kommen. Verstärken kann man das durch den Einsatz des sogenannten Leaderboards. Um die Mitglieder dauerhaft und breit „bei Laune“ zu halten, schicken wir sie über die Online FitQuest-Plattform - genannt FQScore.com - sozusagen direkt in die digitale Welt. Erst durch diese digitale Verlinkeröffnen wir den Studiobetreibern unzählige Möglichkeiten.

Der für alle Studiobetreiber sicher wichtigste Punkt dürften die zusätzlichen Einnahmemöglichkeiten sein, die man über FitQuest hat. Dazu nur ein paar kleine Beispiele aus der Praxis:

FitQuest eignet sich fantastisch als Akquise-Werkzeug bei Veranstaltungen oder Events. Kunden setzen FitQuest in Shopping-Centern oder auch bei Veranstaltungen in oder ausserhalb von Clubs ein. Durch FitQuest verändert sich unmittelbar die Ansprache, denn es wird nicht direkt nach einer Mitgliedschaft in einem Club gefragt, sondern nur, ob man nicht mal schnell den eigenen Fitnesszustand ermitteln möchte. So gesehen ist FitQuest eine Lead-Generierungsmaschine mit digitaler follow-up-Funktion. Einfacher und schneller können Studiobetreiber an Leads in hoher Anzahl nicht kommen.

Sehr ähnlich verhält es sich im Bereich Firmenfitness. Studiobetreiber lassen

Mitarbeiter beliebiger Unternehmen einfach einen validen Fitness-Test GRATIS im Club durchführen. Betreiber werden überrascht sein, wie einfach man dadurch an neue Mitglieder und/oder Kooperationen kommen kann.

Noch einfacher lässt sich Umsatz direkt beim Verkaufsgespräch im Club generieren. Jeder „Walk-In“, also jedes neue potentielle Mitglied, absolviert den 4-minütigen Test. Für Betreiber hat das einen riesen Vorteil, denn nach nur 4 Minuten sieht das potentielle Mitglied direkt in welchen Bereichen Defizite bestehen. Während der Studiobetreiber noch kurz über die Resultate spricht, sind die Ergebnisse bereits beim möglichen Kunden schon als E-mail auf seinem Handy eingegangen. In diesem Augenblick wurde der Weg von der analogen zur digitalen Kundenbeziehung vollzogen. Studiobetreiber haben nun in aller Regel keine Probleme, für ein Lifestyle-Produkt zusätzliche Gebühren, z.B. pro Monat von EUR 2,99 bis EUR 4,99 zu verlangen; natürlich abhängig vom jeweiligen Geschäftsmodell. Wenn man bedenkt, dass Menschen für einen kleinen Lifestyle-Cappuccino im Pappbecher bei Starbucks gerne EUR 3,15 für To-Go bezahlen, kann man sich gut vorstellen, was mit FitQuest alles möglich ist.

**JPS:** *Das klingt alles unglaublich spannend und hinter FitQuest stecken ja viel mehr Möglichkeiten als ich ursprünglich gedacht habe. Denkst Du, dass der Markt dafür bereit ist?*

**HB:** Klares ja und zudem denke ich, dass es vor allen Dingen für die mittleren und inhabergeführten Studios eine sehr gute Möglichkeit ist, sich klar abzuheben und um direkt etwas für die eigene Mitgliedersituation zu tun. Schau Dir den Markt an: Fitness-Ketten steigern im zweistelligen Bereich ihre Mitgliedszahlen, neue Trainingskonzepte und innovative Onlineportale bekommen immer mehr Zulauf, während Einzelstudios erneut an Mitglieder verlieren. D.h. der Mitgliederzuwachs kommt in der Breite bei den normalen Studios nicht oder nicht mehr ausreichend an.

In den Märkten läuft seit Jahren etwas, dass man das grosse Attraktionsspiel nennt. Gewinnen wird der, der am attraktivsten ist. Diversifizierung – Spe-

zialisierung – Digitalisierung gehen Hand in Hand, und grössere Unternehmen können diese Bereiche einfach schneller entwickeln und durchsetzen. FitQuest ist ein sehr attraktives Produkt, nicht nur wegen seines innovativen Gesamtpakets, sondern weil es unseren Kunden helfen wird, ein Stückchen attraktiver, interessanter und natürlich auch anders zu sein als andere. Der Studiobetreiber kann so sein stationäres Angebot durch ein völlig neues digitales Angebot ergänzen.

Bestehende und neue Kunden von FitQuest werden an den Möglichkeiten und künftigen Entwicklungen natürlich entsprechend partizipieren. Denn auch für uns gilt: Wir müssen permanent attraktiv für unsere Kunden sein!

**JPS:** *Horst, vielen Dank für dieses Interview und unsere Leserschaft wird in den kommenden FT-Ausgaben noch viel über FitQuest erfahren.*

Info:

**Exklusiv-Vertrieb FitQuest:**  
Blankenburg-Distributions  
Tel: +49 (0) 212-689 26 747

[www.blankenburg-distributions.com](http://www.blankenburg-distributions.com)

### Horst Blankenburg



- Geboren 22.10.1962 in Nürnberg
- Studium Wirtschaftswissenschaften mit Schwerpunkt Unternehmensführung und Recht
- Uvex Winter Optik: Product Manager Sport/Optik-Division
- GenCorp, Akron (Ohio) für die Unternehmenseinheiten Penn Europe und Head Deutschland: Sales Manager später Commercial Director Europe
- Pentland PLC, London: General Manager für DACH
- Technogym Deutschland: CEO
- Seit 2012 Blankenburg Consulting: Unternehmens-Consulting, Prozess-, Struktur- und Geschäftsmodellentwicklung sowie HR-Management-Services und Social-Media-Recruiting
- Zusätzlich seit 2017: Blankenburg-Distributions zunächst für die Marke FitQuest

# FROM PHYSICAL TO DIGITAL

4 MINUTEN | 5 ÜBUNGEN | 8 ERGEBNISSE | 1 FQSCORE



## FitQuest

### Die ultimative Fitnessstatus-Informationszentrale

- \* **Umfassend:** Eine 8-in-1-Messstation zur effizienten Analyse des Fitnesszustandes
- \* **Schnell:** Nach 5 Übungen in nur 4 Minuten ermittelt FitQuest 8 aussagekräftige Ergebnisse
- \* **Übersichtlich:** Die Analyse wird digital im praktischen FQscore zusammengefasst
- \* **Zielorientiert:** FitQuest deckt sofort Defizite auf, um das Training darauf auszurichten
- \* **Selbsterklärend:** Sofort einsetzbar durch intuitive Bedienung – selbstständig oder mit Trainer
- \* **Ästhetisch:** Exzellent in Design – RedDot Award Winner 2015
- \* **Lukrativ:** Zuverlässiges Servicetool zur Neukundengewinnung, Mitgliederbindung und für Zusatzeinnahmen
- \* **Vernetzt:** Integrierte Schnittstelle zu digitaler Kundenplattform

### Deine FitQuest Ergebnisse

Ein Ergebnis von 100 ist der Durchschnitt für dein Geschlecht und Alter

J Weisz  
170 cm 25 Jahre



weiter

FitQuest

# FitQuest

## Fitness-Erfolgstracking – online und offline

FitQuest ist nicht nur ein weltweit einmaliges und besonders schnelles Analysegerät zur Ermittlung des Fitnesslevels, sondern gleichzeitig Ihre Eintrittskarte in die digitale Welt Ihrer Mitglieder. Unmittelbar stellt es den Nutzern die Messergebnisse – den FQscore – auf der gleichnamigen Onlineplattform [www.FQscore.com](http://www.FQscore.com) digital zur Verfügung. Dort können sie FitQuest nicht nur als Erfolgstracking-Tool für mehr Motivation nutzen, sondern die Ergebnisse auf Wunsch mit ihrem Trainer teilen, um schneller ihre sportlichen Ziele zu erreichen oder sie stolz in den sozialen Netzwerken posten. Werden Sie den hohen Ansprüchen Ihrer Mitglieder gerecht und schaffen Sie unkompliziert die Verbindung zwischen der analogen und digitalen Dimension – für mehr Umsatz, kostenloses Empfehlungsmarketing und eine stärkere Mitgliederbindung!

**Rufen Sie an und erfahren Sie mehr!**

### EXKLUSIV BEI

Blankenburg-Distributions / FitQuest  
[www.blankenburg-distributions.com](http://www.blankenburg-distributions.com)  
Phone: +49-212-68926-747  
[info@blankenburg-distributions.com](mailto:info@blankenburg-distributions.com)

