

PRESSEMITTEILUNG

Fitness First Germany GmbH
Hanauer Landstr. 148 a
60314 Frankfurt

T +49 69/40 80 16 000
presse@fitnessfirst.de
FitnessFirst.de

So plant Fitness First die Wiedereröffnung der Studios

Umfassende Schutzmaßnahmen und Hygieneregeln für Mitglieder und Mitarbeiter: Wie sich Fitness First auf die neue Normalität vorbereitet.

Frankfurt am Main, 8. Mai 2020. Am 6. Mai wurde bekannt gegeben, dass Fitnessstudios wieder öffnen dürfen. Dabei ist jedes Bundesland selbst dafür verantwortlich, wann und mit welchen Auflagen dies geschieht. Während die Studios in weiten Teilen des Landes zunächst geschlossen bleiben, kann der Betrieb in Nordrhein-Westfalen am 11. Mai, in Hessen ab dem 15. Mai und in Sachsen und Niedersachsen voraussichtlich ab dem 18. bzw. dem 25. Mai wieder losgehen – mit behördlichen Auflagen und von den Studios eigens entwickelten Maßnahmen. „Nach den Wochen der Ungewissheit sind wir froh, nun endlich wieder starten zu können. Wir sind zuversichtlich, dass spätestens im Juni alle weiteren Bundesländer mit der Entscheidung zur Wiedereröffnung folgen werden“, so Martin Seibold, CEO von Fitness First und der LifeFit Group. Die Fitness- und Gesundheitsplattform vereint unter anderem die Marken Fitness First, Smile X und Elbgym mit über 80 Anlagen in Deutschland unter einem Dach. „Aber auch in den letzten Wochen waren wir nicht untätig, sondern haben die Clubs startbereit gemacht und Maßnahmen für die Wiedereröffnung entwickelt,“ ergänzt Seibold.

Schutzmaßnahmen und Hygieneregeln für Mitglieder und Mitarbeiter

Mitarbeiter wurden umfangreich über das Coronavirus informiert und zu den Maßnahmen im Club geschult. So wird ihnen und den Mitgliedern der größtmögliche Schutz geboten und ein verantwortungsvoller Umgang miteinander sichergestellt. Wenn die ersten Studios kommende Woche ihre Türen wieder für Mitglieder öffnen, wird das Training allerdings erst einmal nicht mehr so sein, wie es vor der Schließung war. So wird es neben den allgemein gültigen Abstands- und Hygieneregeln keinen Körperkontakt, geänderte Geräteanordnungen und Beschränkungen der Anzahl der Mitglieder für jedes Studio geben. Per Voranmeldung über die Website oder eine App werden sich Trainingszeiten buchen lassen: „Das Trainingsangebot wird sich insgesamt verändern. Von intensiven, schweißtreibenden Trainingseinheiten raten wir eher ab. Entsprechend schulen wir auch unsere Trainer“, erklärt Seibold. Auch die Infrastruktur im Studio wird eine andere sein – denn Duschen, Umkleiden sowie Schwimmbäder und Wellnessbereiche werden zunächst geschlossen bleiben. Neben vielen weiteren Maßnahmen, hängt das vollständige Konzept zudem von den behördlichen Auflagen der Bundesländer ab.

Ansturm auf Fitnessstudios – ein Realitätscheck

„Obwohl die Fitnessstudios seit Mitte März vollständig geschlossen sind und viele Mitglieder es kaum erwarten können wieder zu trainieren, rechnen wir nicht mit einem übermäßigen Ansturm. Denn durch die Zugangsbeschränkungen und das umsichtige Verhalten der

Menschen in Zeiten der Coronakrise ist das sehr unwahrscheinlich. Das erleichtert uns zwar die Einhaltung der Schutz- und Hygienemaßnahmen, bedeutet aber gleichzeitig, dass wir und die gesamte Branche weiterhin mit finanziellen Einbußen zu kämpfen haben“, sagt Seibold. Seitdem die Studios geschlossen sind, konnten Fitnessstudios keine Neumitglieder mehr gewinnen. Kosten wie Miete und Geräteleasing laufen dennoch weiter. Fast 100 Prozent der Mitarbeiter aus den Studios befinden sich aktuell in Kurzarbeit. Auch wenn die Clubs nun wieder nach und nach öffnen, werden für den Betrieb nicht alle Mitarbeiter sofort aus der Kurzarbeit zurückkehren können.

Dankbar für das Vertrauen der Mitglieder

„Wir sind sehr froh und dankbar, dass der Großteil der Fitness First Mitglieder uns weiterhin die Treue hält“, erklärt Seibold. So werden die über YouTube angebotene Online-Kurse von den Mitgliedern sehr gut angenommen – im Schnitt nehmen über 1.100 Fitnessfans an jedem der täglich ausgestrahlten 6-8 Live-Kursen teil. Darüber hinaus bietet das Unternehmen seinen Mitgliedern Kompensationsangebote – beispielsweise Trainingsgutscheine, ein Upgrade auf eine höhere Clubkategorie oder Ganzkörperanalysen mit der Tanita-Waage. Dennoch sind die finanziellen Auswirkungen für die gesamte Unternehmensgruppe weiterhin deutlich spürbar. Bei Smile X, einer Fitnessstudiokette aus dem High-Value-Low-Price Segment im Raum Saar-Pfalz, und Elbgym, dem Performance-Fitnessanbieter aus Hamburg, die wie Fitness First der LifeFit Group angehören, verhält es sich ähnlich – wie auch bei vielen weiteren Anbietern. „Die gesamte Fitnessbranche, die zuvor geboomt hat, ist eingeknickt und muss sich nun Schritt für Schritt aus der Krise hinausmanövrieren – für uns alle eine große Herausforderung“, so Seibold.

Ein Blick in die Zukunft

Die aktuelle Krise hat den Trend zur Digitalisierung in der Fitnessbranche beschleunigt. Online-Kurse sind gefragt wie nie zuvor. „Wir sehen aber natürlich auch, dass unsere Mitglieder wieder in Fitnessstudios trainieren möchten, um gerade jetzt die Abwehrkräfte und das Immunsystem zu stärken. Denn die positiven Aspekte von Sport und Bewegung sind unbestritten und wissenschaftlich belegt“, so Seibold. Sport steigert die Lebensqualität, wirkt stimmungsaufhellend und beugt unter anderem Alltagsbeschwerden wie Rückenprobleme, Diabetes, Herz-Kreis-Lauferkrankungen und Adipositas vor. Doch Online-Angebote können auf Dauer nicht den Trainer und das Training vor Ort im Fitnessstudio kompensieren. Denn ein digitales Training kommt an einem gewissen Punkt an seine Grenzen. Vielen Trainierenden fehlt beispielsweise zu Hause das passende Equipment – die Trainingsmöglichkeiten im Wohnzimmer sind eingeschränkt. „Wir werden auch in Zukunft unser Online-Angebot, das wir bereits vor der Krise gestärkt hatten, weiter ausbauen. Nichtsdestotrotz glauben wir fest daran, dass die Menschen weiterhin Fitnessstudios besuchen werden. Im ersten Schritt vermutlich etwas zurückhaltend, aber wir sind positiv gestimmt, dass es wieder einen Andrang auf das Trainingsangebot im Club geben wird“, sagt Seibold mit Blick auf die Zukunft. „Es ist essentiell, dass die Politik es uns in absehbarer Zeit auch wieder ermöglicht, den Kursbereich und die Nass- und Wellnessbereiche schrittweise wieder zu öffnen. Natürlich immer unter Beachtung von Abstands- und Hygieneregeln und einem passenden Konzept. Denn die Gesundheit unserer Mitglieder und Mitarbeiter steht für uns an oberster Stelle. Weiterhin benötigt die Fitnessbranche, wie auch zahlreiche andere Branchen, staatliche Subventionen im Bereich Miete – andernfalls ist ein großes Konkursbeben in der Branche nicht aufzuhalten, möglicherweise mit mittelfristig schwerwiegenden Folgen für das Gesundheitssystem.“

ÜBER FITNESS FIRST

Fitness First ist ein Fitnessdienstleister im Premiumsegment und Teil der LifeFit Group. Das Unternehmen bietet ein motivierendes Fitness-Erlebnis mit innovativen Trainingskonzepten, Entspannung in Form von Wellness-Einrichtungen und mehr als 20 Schwimmbädern. Als Pionier des funktionellen Trainings ist Fitness First in diesem zunehmenden Trend immer auf dem neuesten Stand und verfügt in allen Clubs über eine ausgewiesene freestyle-Zone.

ÜBER DIE LIFEFIT GROUP

Die LifeFit Group ist eine führende Fitness- und Gesundheitsplattform in Deutschland, die mehrere Fitnessmarken aus den Segmenten Boutique, High-Value-Low-Price und Premium unter einem Dach vereint. Die Gruppe ist bestrebt, ihre Kunden zu inspirieren und zu unterstützen, ihr Leben durch persönliche, unterhaltsame und zielgerichtete Gesundheits- und Fitness-Erlebnisse zu verbessern. Neben Fitness First gehören weitere Marken zur Gruppe: Der exklusive Hamburger Performance-Fitnessanbieter Elbgym steht für hartes Training und eine starke Community, während sich Smile X mit einem speziellen Trainingsflächenkonzept für ein breites Kundenspektrum im hochwertigen Niedrigpreissegment positioniert. Die Boutique-Fitnesskonzepte von Barry's Bootcamp, dem Pionier des hochintensiven Intervalltrainings im Indoor-Bereich und The Gym Society, dem innovativen, kompakten Studiokonzept aus den Niederlanden, das darauf abzielt, 80% der gesundheitsbewussten Menschen zu erreichen, die noch nicht das richtige Konzept für sich gefunden haben, sowie nun die Marken Club Pilates und Pure Barre von Xponential Fitness, runden das vielfältige Portfolio der LifeFit Group ab. Mehr Informationen über die LifeFit Group unter www.lifefit-group.com.

Pressekontakt:

LifeFit Group Services GmbH
Mareike Scheer
PR Managerin
Phone: +49 (152) 22930014
Email: presse@fitnessfirst.de

Adel & Link Public Relations
PR-Team Fitness First Deutschland
Marisa Puschmann / Natalie Buß
Phone.: +49 (0)69 1534045-48
Email: fitnessfirst@adellink.de