



HANS-GEORG POMPE, Marketingexperte und Unternehmensberater, referierte im Bruchsaler Fitnesscenter Horn vor rund 100 Unternehmern der Branche, wie man begeisterte Kunden gewinnt. Foto: bert

# „Was würde mir fehlen, wenn es Ihr Angebot nicht gäbe?“

## Die Fitnessbranche entdeckt die „Generation 50plus“

Von unserem Redaktionsmitglied  
Hansjörg Ebert

**Bruchsal.** „Warum sollte ich ausgerechnet in Ihrem Fitnessbetrieb meine wertvolle Zeit verbringen? Worin liegt Ihre nicht kopierbare Einzigartigkeit und was würde mir fehlen, wenn es Sie nicht gäbe?“ Die Fragen sind provozierend, aber genau darum geht es Hans-Georg Pompe.

Der Bruchsaler Unternehmensberater und Marketingexperte weiß, worauf es in einem Markt ankommt, in dem die Produkte und Anbieter für den Kunden austauschbar erscheinen. Und das vermittelt er bundesweit in Vorträgen und Marketingseminaren, in Workshops und Mitarbeiterschulungen.

Dabei hat der gefragte Referent eine ganz bestimmte Zielgruppe im Visier: die Generation 50plus – immerhin 30 Millionen Menschen in Deutschland mit einer Kaufkraft von mehr als 120 Milliarden Euro im Jahr. „Älter werden war früher mit den Attributen sparsam, stur, kränkelnd und senil behaftet, heute sind Senioren körperbewusst, attraktiv, konsumfreudig und lebensfroh“, betonte Pompe. Und gerade das Thema „Gesundheit & Wohlbefinden“ genieße einen hohen Stellenwert.

Dies war auch der Grund dafür, warum er von Hubert Horn in dessen Fitnesscenter eingeladen wurde, um dort vor rund 100 Unternehmern aus der Fitnessbranche zu sprechen. Dies tat er dann auch engagiert, sachkundig und pointiert. Sich von der Konkurrenz weg positionieren, das Alleinstellungsmerkmal herausarbeiten und den Kunden begeistern, statt ihn nur zufrieden zu stellen, lauten seine Empfehlungen. Wie das funktioniert? Mit Qualität, einem Top-Service und motivierten Mitarbei-

tern, denn 50plus-Kunden wollen gesehen, wertgeschätzt und umsorgt werden. „Schaffen Sie eine Wohlfühlatmosphäre und machen Sie ihr Produkt zu einem Entertainment-Event“, legte der Marketing-Mann den Fitness-Anbietern ans Herz.

Hubert Horn setzt bereits seit etlichen Jahren auf das ältere Kundenspektrum. Der Altersschnitt in seinem Club, der deutlich über 2 000 Kunden zählt, liegt bei 41,8 Jahren. Die älteste Kundin ist seine Mutter, „86 Jahre alt und fit wie ein Turnschuh“, wie der Sohn unterstreicht. Für ihn ist die Zielgruppe 50plus ein Kernthema der Fitnessbranche: „Wer da kein gutes Konzept hat, ist bald weg“, meint Horn. Denn der junge Markt sei unstetig und wechselhaft, die Älteren hingegen seien stabil, wüssten, was sie wollen und blieben, wenn sie gut bedient werden.

Kompetent beraten und individuell betreuen lautet denn auch Horns Erfolgskonzept, mit dem er ein Vorzeigebetrieb sein möchte. „Wir legen Wert auf eine gute Eins- zu-Eins-Betreuung“, sagt der Chef des Unternehmens, der bereits vor mehr als 30 Jahren in Bruchsal sein erstes Sportstudio eröffnet hat.

Heute hat er zehn Trainer für die persönliche Betreuung der Kunden an den Geräten eingestellt, dazu 15 Kurstrainer für Gruppenangebote sowie zehn Servicekräfte und ein halbes Dutzend Mitarbeiter in der Verwaltung.

Für Neueinsteiger hat er einen Trainingsplan entwickelt, der sich über 100 Tage erstreckt und zehn Beratungstermine beinhaltet, bei denen es nicht nur um Fitness, sondern auch um Gesundheit und Ernährung geht. Für die Ausbildung seiner Mitarbeiter hat Horn sogar eine eigene Bildungs-Akademie mit Sitz in Hochheim/Main ins Leben gerufen.