



## „ALL BUSINESS IS LOCAL!“

**Henrik Gockel, Geschäftsführer  
PRIME TIME fitness GmbH**

Der Einstieg in die Fitnessbranche erfolgte für Henrik Gockel bereits während des Studiums (Wirtschaftswissenschaften in Fribourg/Schweiz) im Vertrieb für Life Fitness und Keiser. Seine Diplomarbeit über die Standort- und Marktanalyse für ein Sportzentrum der Migros in der Schweiz bedeutete den Einstieg in die Unternehmensberatung, wo er zehn Jahre gemeinsam mit Edy Paul (Paul & Partner) tätig war. Den „Seitenwechsel“ zum Studiobetreiber vollzog er zunächst als CEO der TC Training Center Gruppe (20 eigene Clubs, plus 60 Lizenznehmer), dann als Operations Director Europe, später Managing Director bei Fitness First für bis zu 200 Clubs. Seit 2008 ist Henrik Gockel Dozent an der Deutschen Hochschule für Prävention und Gesundheitsmanagement (DHfPG). 2010 gründete er PRIME TIME fitness mit zurzeit neun Clubs in Frankfurt, München und Hamburg.

**fMi: Als wir uns auf der diesjährigen IHRSA in San Diego unterhalten haben, sagten Sie, dass einige Kernideen für die Konzepte Ihrer Studios von Besuchen auf der IHRSA inspiriert worden sind. Können Sie uns das etwas genauer erklären?**

**Henrik Gockel:** Bereits zu meiner Zeit bei Fitness First zwischen 2002 und 2008 hatten wir einige kleinere, sehr urbane Clubs in Madrid und Rom im Portfolio. Wir haben sie „Sweat Boxes“ genannt. Die Clubs waren auf kompakter Fläche immer sehr gut besucht. Daraus entstand eine einzigartig familiäre Trainingsatmosphäre. Auf der IHRSA Convention 2009 traf ich erstmals auf das Anytime Fitness-Franchise-Konzept, kleine wohn-/arbeitsortnahe Clubs, die sich eindeutig gegen die „Big Boxes“ positionieren und quasi den Boutique-Trend eingeleitet haben. Danach war ich sogar am Firmensitz in Minnesota und wollte eine Masterlizenz für Deutschland erwerben. Allerdings konnte man sich nicht einigen und so gründete ich 2010 PRIME TIME fitness, sozusagen ein urbanes, auf den Frankfurter Markt zugeschnittenes Clubkonzept für die Zielgruppe „Urban Performer“.

Bei der IHRSA 2013 in Las Vegas sind wir dann erstmals mit dem Orange Theory-Konzept in Kontakt gekommen, von dem wir Elemente wie das Pulsmess-System übernommen haben. Und so nehme ich von jeder Convention etwas mit, was wir umsetzen. Manchmal entscheiden wir uns nach intensiver Evaluation auch gegen einen bestimmten Trend.

**fMi: Woran liegt es Ihrer Einschätzung nach, dass die Umsetzung der Konzepte bei Ihnen bisher so gut funktioniert?**

**Henrik Gockel:** Funktioniert es wirklich so gut? Wenn man das ganze sozusagen von „hinter der Bühne“ und nicht aus dem „Zuschauerraum“ aus betrachtet, sehe ich bei uns eine Menge Herausforderungen. Natürlich läuft es insgesamt gut. In unserem sehr betreuungsintensiven Konzept müssen wir aber eine große Anzahl Mitarbeiter sowohl für unsere Art der Dienstleistung als auch für unsere Mitglieder begeistern. Wir bauen da Strukturen und Systeme auf und setzen das konsequent um. Wir führen auch nichts ein – keine Dienstleistung, keine Geräte oder Angebote –

was nicht 100 Prozent zu unserer Philosophie passt. Diese klaren Strukturen und Konsequenzen machen uns erfolgreich. Wir implementieren aber kontinuierlich neue Dinge, die in unser Konzept passen, denn sonst ist jedes Konzept nach wenigen Jahren „out of market“.

**fMi: Wo sehen Sie die größten Stolperfallen für den Versuch, Konzepte aus anderen Ländern auf den deutschen Fitnessmarkt zu übertragen?**

**Henrik Gockel:** Man muss die Sache zu Ende denken. Die Trainingsbedürfnisse sind in allen Ländern sehr ähnlich. Menschen begeistern sich für die gleichen Dinge. Die Rahmenbedingungen sind aber sehr unterschiedlich, z. B. was Technologie, Veränderungsbereitschaft, Zahlungssysteme, Marketing-Plattformen, aber auch Infrastruktur und klimatische Bedingungen etc. angeht.

Auch die Geschmäcker und Vorlieben unterscheiden sich zwischen den Kontinenten und Ländern. In Spanien ist Group-Cycling z. B. extrem beliebt, in Deutschland ist es eine Trainingsalternative unter vielen. Das Functional Training hat meiner Ansicht nach in Deutschland inzwischen eine größere Bedeutung als im Land der Herkunft, den USA. „All business is local“ – das muss man unbedingt beachten.

**fMi: Aus welchen Quellen ziehen Sie – von der IHRSA abgesehen – Ideen und Inspiration für Ihre Tätigkeit als Unternehmer in der Fitnessbranche?**

**Henrik Gockel:** Ich fokussiere mich auf Events und Zusammenreffen, wo ich den Eindruck habe, dass der Austausch unser Unternehmen voranbringt und wir etwas Neues lernen: Events wie Meet the Top, der Aufstiegskongress, Sibec, aber auch Hersteller-events wie z. B. von milon oder five. Auf der FIBO sind wir z. B. mit einem größeren Team alle vier Tage vor Ort, inklusive dem EHFF Forum bin ich sogar fünf Tage dort. Am Donnerstag und Freitag gibt es neben der Messe viele interessante Veranstaltungen z. B. von Les Mills. Da sind, wie beim Aufstiegskongress und bei der IHRSA, auch branchenfremde Referenten, die einem den Horizont erweitern.