



„MAN MUSS SICH DIE ZEIT NEHMEN,
DAS KONZEPT KOMPLETT
ZU VERSTEHEN.“

**Ralf Trierweiler, Geschäftsführer
jaydee life GmbH**

Der Diplom-Sportwissenschaftler Ralf Trierweiler (Jahrgang 1974) machte sich nach seinem Studium 1998 in der Betrieblichen Gesundheitsförderung selbstständig. Im Jahr 2004 begann er als Fitnessberater im Juka Dojo Fitness Club Nienstedten und übernahm 2008 die Clubleitung. Seit 2011 ist Ralf Trierweiler als Partner des Gründers, Manfred Kartheuser, Gesellschafter des Unternehmens, das zwei Studios in Hamburg betreibt – jeweils mit mehr als zwei Mitgliedern pro Quadratmeter Studiofläche. Im April 2018 eröffnete er mit dem jaydee life in Hamburg Othmarschen das erste deutsche Mikrostudio nach dem milon BOOST-Konzept.

fMi: Woher kam der Impuls, es mit einem milon Boutique-Konzept zu versuchen?

Ralf Trierweiler: Ich hatte schon länger die Idee, neben den bestehenden Clubs einen „kleinen“ Club zu eröffnen. Ich denke, es ist bei einem Boutique-Konzept leichter möglich, sich als Spezialist für ein bestimmtes Problem der Nutzer zu etablieren. Die Kunden trauen den Clubs, die sehr viel anbieten, oft nicht zu, dass sie in allen diesen Sachen wirklich Experten sind.

Da unsere Zielgruppe die Menschen sind, die nicht gerne Sport machen, aber trotzdem etwas für ihre Gesundheit oder ihre Figur tun wollen, ist die Kombination aus milon und five das ideale Werkzeug.

fMi: In den Niederlanden und in Belgien hat Raf Swerts (CEO EasyFit Premium) mit einem ähnlichen Konzept bereits sehr viel Erfolg. Welche Veränderungen mussten Sie bei Ihrem jaydee life für den deutschen Markt berücksichtigen?

Ralf Trierweiler: Eigentlich mussten wir nicht viel verändern. Es geht in dem Konzept u. a. aber darum, dass die Mitglieder mit dem Team zusammen oder auch untereinander Spaß haben. In Belgien ist es z. B. auch selbstverständlich, dass die Interessenten beim ersten Kontakt geduzt werden. Bei der Stimmung im Club hat man dann das Gefühl, die Belgier sind alle Rheinländer. Nun sind unsere Hamburger nicht gerade als Stimmungskanonen bekannt. Hier war es wichtig, einen guten Einstieg mit den Kunden zu finden. Ziel ist es dann aber auch bei uns, jeden Besuch zum Erlebnis zu machen.

Natürlich gibt es bei der Werbung und der Ansprache ein paar Unterschiede, diese habe ich aber auch schon bei zwei Clubs in zwei verschiedenen Stadtteilen in Hamburg.

fMi: Wie groß ist Ihrer Einschätzung nach der Faktor „Unternehmer-Persönlichkeit“ bei vergleichbaren Erfolgsgeschichten?

Ralf Trierweiler: Für den Kunden ist es sicherlich nicht so wichtig, ob der Unternehmer selbst auch im Club ist. In Boutique-Konzepten ist der Kontakt zwischen Kunden und Personal sehr intensiv

und der Kunde hat nicht die Möglichkeit, auf andere Trainer auszuweichen. Es ist also sehr wichtig, dass das Team extrem motiviert und sympathisch auftritt. Hierfür ist zwar die Auswahl der Mitarbeiter besonders wichtig, aber auch gute Leute brauchen Leitlinien, Aufgaben und Motivationspunkte. Hier kommt in meinen Augen der Unternehmer ins Spiel, der genau hierfür sorgen muss und das Team und besonders die Clubleitung unterstützt.

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

Ralf Trierweiler: Wir meinen oft zu schnell, Dinge zu verstehen. Dies führt dann dazu, dass wir das Konzept zwar einführen, aber gleich unsere eigenen Verbesserungsideen hinzufügen.

Man muss sich aber die Zeit nehmen, das Konzept komplett zu verstehen. Es ist wichtig zu wissen, warum das Konzept in dem Land so erfolgreich ist. Hier ist meist eine Kette von Abläufen wichtig, die evtl. auch erst mit der Zeit entstanden ist. Wenn ich zu früh verändere, kann es passieren, dass ich einen oder mehrere Erfolgsfaktoren schwäche.

Man sollte auch nie mit den Gedanken beginnen: „Meine Kunden sind aber anders“ – einen Satz den jeder Schulungsleiter kennt, wenn er in einem Club etwas einführen wollte, was woanders schon erfolgreich ist. Hier sollten wir weniger für den Kunden denken.

fMi: Aus welchen Quellen ziehen Sie Ideen und Inspiration für Ihre Tätigkeit als Unternehmer in der Fitnessbranche?

Ralf Trierweiler: Ich schaue mir sehr viele andere Clubs an, das lohnt sich immer. Ich habe noch nie einen Club besucht, bei dem ich nicht mindestens eine gute Idee gesehen habe. Inspirierend sind natürlich auch Kongresse und Messen, wie z. B. der Aufstiegs-kongress, die MEMO oder die FIBO. Des Weiteren freue ich mich immer bei Netzwerktreffen und Veranstaltungen über den Austausch mit den Kollegen. Mein Team fürchtet sich – im spaßigen Sinne – schon immer davor, wenn ich wieder von einer Reise zurückkomme und ganz viele Ideen habe.

**Aufstiegskongress
2018**

Ralf Trierweiler nimmt beim diesjährigen Aufstiegskongress als Gesprächspartner an der Podiumsdiskussion teil.