„**MOTIVATION** UND **ERLEBNIS** SPIELEN HEUTE EINE GRÖSSERE ROLLE DENN JE!“

Vito Scavo, COO
McFIT Global Group GmbH

Der Vollblut-Selfmade-Man Vito Scavo (43) gründete 2011 in Italien „Happy Fit“ und eröffnete in kürzester Zeit 14 Filialen, ohne viel Kapital im Hintergrund. Diese, in Italien wie Pilze aus dem Boden schießenden Studios, gingen nicht spurlos am Unternehmen McFIT vorbei, das Vito Scavo mit dem Angebot kontaktierte, alle Filialen zu kaufen. Per Handschlag wurde 2014 die Integration der Fitness-Studio-Kette „Happy Fit“ in die McFIT Global Group besiegelt und Vito Scavo als COO Mitarbeiter des Konzerns. Vito Scavo übernahm im Mai 2018 das operative Kerngeschäft der McFIT Global Group von Rainer Schaller.

Foto: McFIT GLOBAL GROUP

fMi: Schon vor Ihrem Start bei McFIT waren Sie ein erfolgreicher Unternehmer in der italienischen Fitnessbranche. Woher kam der Impuls, Ihr erstes Studio zu gründen?
Vito Scavo: Sport war schon immer meine große Leidenschaft. Bereits als Kind war ich Schüler in einer Kampfsportschule in meiner Heimat, zuerst als Ninja, später als Ju-Jutsu. Da mich das regelmäßige Training und der Sport so faszinierten, gründete ich nach Abschluss der Schule mein eigenes Kampfsportstudio. Gleichzeitig beobachtete ich, wohin sich der Markt entwickeln würde.

fMi: Woran lag es Ihrer Einschätzung nach, dass „Happy Fit“ in Italien so schnell so erfolgreich wurde?
Vito Scavo: Als ich 2011 „Happy Fit“ gründete, gab es auf dem italienischen Markt noch nichts Vergleichbares. McFIT hatte zu diesem Zeitpunkt bereits den deutschen Markt aufgerollt und für mich war klar, dass Ähnliches in Italien möglich sein würde. Der Zeitpunkt war günstig, die Standorte ideal und ich hatte ein kleines, feines Team, mit dem ich viel bewegen konnte – also ergriff ich die Chance: Die Italiener wollten Fitness zu einem günstigen Preis in ansprechendem Design erleben. Das war das Erfolgsrezept für „Happy Fit“.

fMi: Die McFIT Global Group ist bereits in mehreren europäischen Ländern mit Studios vertreten. Setzt Ihr Unternehmen das bewährte Konzept in anderen Ländern 1:1 um oder berücksichtigen Sie jeweils auch Gegebenheiten vor Ort? Oder andersherum: Inwieweit beeinflussen Erfahrungen aus dem Ausland Studiokonzepte in Deutschland?
Vito Scavo: Ich glaube, dass sich erfolgreiche Konzepte auch auf andere Länder übertragen lassen – solange man die landesspezifischen Eigenheiten kennt und diese in sein Geschäftsmodell adaptiert. Wir führen vor der Expansion in ein neues Land stets eine ausführliche Analyse durch, um das Marktpotenzial, aber auch kulturelle Aspekte zu berücksichtigen. Zudem ist es wichtig, sich vorab ein Bild von der Infrastruktur des Landes und den rechtlichen Gegebenheiten zu machen sowie nach geeigneten Geschäftspartnern Ausschau zu halten.

Einer dieser Punkte war beispielsweise, dass die Menschen in Italien immer top gestylt zum Sport gehen. Daher war es wichtig, dass wir diese Tatsache in die Planungen unserer Umkleiden – z. B. zusätzliche Schminkspiegel – integrierten, da Italiener sehr viel Wert auf ihr Äußeres legen und ihnen dies auch beim Training wichtig ist.

fMi: Wo sehen Sie die größten Stolperfallen für den Versuch, Konzepte aus anderen Ländern auf den deutschen Fitnessmarkt zu übertragen?
Vito Scavo: Jedes Land hat seine eigenen Gesetze und Besonderheiten, die man kennen und berücksichtigen muss. In Deutschland beispielshalber ist die Kundschaft generell eher preisbewusst und gibt weniger Geld für Lebensmittel aus. Franzosen oder Italiener legen hier einen ganz anderen Fokus.

Aber auch komplexe Regulierungen können die Umsetzung eines neuen Konzepts zusätzlich behindern, da Gesetze von Land zu Land unterschiedlich sind und sich selten 1:1 übertragen lassen. Viele Branchen sind zudem bereits unter großen Playern aufgeteilt. Daher ist es umso wichtiger, sich den Markt vorher genau anzuschauen und seine „Nische“ zu erkennen, in die man mit dem jeweiligen Geschäftsmodell vordringen möchte.

fMi: Welche Trends beobachten Sie aktuell genau – zum einen was den Trainingsbereich betrifft, zum anderen als Unternehmer auf dem deutschen Fitnessmarkt?
Vito Scavo: In der heutigen digitalen Zeit ist die Notwendigkeit für Bewegung nicht mehr zwangsläufig gegeben, da unser Leben größtenteils online stattfindet und wir uns alles nach Hause bestellen können. Umso wichtiger ist es, sich bewusst für Bewegung zu entscheiden. Motivation und Erlebnis spielen daher heute eine größere Rolle denn je – genauso wie die Flexibilität und Unabhängigkeit, überall und jederzeit trainieren zu können. Hierfür haben wir die App CYBEROBICS® gelauncht: vielfältige Work-outs, die besten Trainer der USA und Trainings an atemberaubenden Originalschauplätzen. Die Kunden können aus rund 75 Kursen denjenigen aussuchen, der zu ihrer Stimmung und ihrem Ziel passt.